

الإعلام الإلكتروني

الأسس وآفاق المستقبل

مروى عصام صلاح



الناشر الإلكتروني

الإعلام الإلكتروني

الأسس وآفاق المستقبل

الإعلام الإلكتروني

الأسس وآفاق المستقبل

تأليف

الأستاذة

مروى عصام صلاح

الطبعة الأولى

2015م - 1436هـ



دار الإحياء العلمي للنشر والتوزيع

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية (2013/6/2229)

302.23

صلاح، مروي عصام

الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل / مروي عصام صلاح -

عمان: دار الإصدار للنشر والتوزيع، 2013

() ص.

ر.ا.، 2013/6/2229

الواصفات: /الإعلام//الإنترنت//وسائل الجماهيري/

- يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى.

جميع حقوق الطبع محفوظة

لا يسمح بإعادة إصدار هذا الكتاب أو أي جزء منه أو تخزينه في نطاق استعادة المعلومات أو نقله بأي شكل من الأشكال، دون إذن خطي مسبق من الناشر

عمان - الأردن

All rights reserved. No part of this book may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means without prior permission in writing of the publisher.

الطبعة العربية الأولى

2015م - 1436هـ



دار الإصدار للنشر والتوزيع

الأردن - عمان - مرجع الحمام - شارع القريضة - مقابل كلية الهندسة

هاتف 0096265713906 فاكس 0096265173907

www.dar-aleasar.com

(ردمك) ISBN 978-9957-524-45-6

المحتويات

الموضوع الصفحة

مقدمة..... 15

الوحدة الأولى

نظرة على الصحافة والإعلام عبر التاريخ

المصطلحات الأساسية في الصحافة والإعلام..... 19

الإعلام..... 19

وظيفة الإعلام..... 19

أنواع وسائل الإعلام..... 20

الصحيفة أو الجريدة..... 21

الوحدة الثانية

مفهوم الاتصال و تطور البنية الأساسية للاتصال ووسائل الإعلام

تطور الاتصال وأنواعه..... 33

مفهوم الاتصال..... 33

الاتصال وتطور البشرية..... 36

أولا : عصر الإشارات والاتصال الغير لفظي..... 36

ثانيا : عصر التخاطب والاتصال اللفظي..... 38

ثالثا : عصر الكتابة والاتصال الغير شخصي..... 39

لحظة من تطور الطباعة..... 40

رابعا : عصر الإعلام والاتصال الجماهيري..... 42

الوحدة الثالثة

الثورة الرقمية - مظاهرها ونتائجها

أهم التطورات في تكنولوجيات الاتصال..... 55

أولا : آثار الرقمنة في شبكات الاتصال..... 56

ثانيا : ظاهرة الانترنت..... 60

ثالثا : انعكاسات تطور الاتصالات وأثره على الإنسان..... 61

66 الضجوة الرقمية
68 مظاهر الضجوة الرقمية
69 اسباب الضجوة الرقمية
71 سد الضجوة الرقمية

الوحدة الرابعة

الإنترنت : مفهومه، مراحل تطوره، وخدماته

75 تعريف الإنترنت
77 نظرة تاريخية
78 أهم مراحل في تاريخ نشأة شبكة "الإنترنت"
79 أهم المحطات في تاريخ الإنترنت
81 آلية عمل الإنترنت
83 تطبيقات الإنترنت في الاتصالات
84 العناصر الرئيسة التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت
85 السير تيم بيرنرز مخترع الإنترنت
86 استخدامات الإنترنت
97 استخدام الإنترنت في العالم والوطن العربي
100 نظرة تحليلية لأكثر المواقع زيارة في الوطن العربي

الوحدة الخامسة

الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت

107 أهم الخدمات الاتصالية عبر الإنترنت
107 خدمة البريد الإلكتروني
108 مجموعات الأخبار
110 شبكة الإخباريات
111 خدمة التراسل الفوري
112 خدمة جوفر

112	محركات البحث.....
115	التلخيص.....
116	شبكة الويب.....

الوحدة السادسة

الإعلام والإنترنت: (التطبيقات الإعلامية لشبكة الإنترنت)

123	نماذج التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت.....
123	وكالات الأنباء.....
124	إذاعة الانترنت
124	البث التلفزيون عبر الانترنت
125	خدمة الإخبار بالهاتف المحمول.....
126	خدمة الواب.....
126	النشر الإلكتروني.....
127	تطور النشر الإلكتروني.....
128	مميزات النشر الإلكتروني.....
129	متطلبات صناعة النشر الإلكتروني.....

الوحدة السابعة

السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت

133	التفاعلية.....
135	مفهوم التفاعلية من حيث المستخدم.....
135	مفهوم التفاعلية من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي.....
136	مفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة.....
136	التفاعلية في الانترنت.....
137	سهولة الاستخدام.....
138	الوسائط المتعددة.....
139	سرعة الحصول على المعلومات.....

140 مميزات استخدام الانترنت

142 سلبيات استخدام الانترنت

الوحدة الثامنة

الإعلام الإلكتروني

148 تعريف الاعلام الإلكتروني

149 تاريخ وتطور الاعلام الإلكتروني

150 المصطلحات الأساسية في الاعلام الإلكتروني

151 تطور الاعلام الإلكتروني عبر التاريخ

152 الخصائص التي تميز بها الاعلام الإلكتروني

153 الفروق الهامة بين الاعلام الإلكتروني وبين الاعلام التقليدي

156 أشكال الإعلام الإلكتروني

157 خصائص الإعلام الإلكتروني

157 الإشكاليات التي تواجه انتشار الاعلام الإلكتروني

158 بيئة الإعلام الإلكتروني

الوحدة التاسعة

الصحافة الإلكترونية

164 تعريف الصحافة الإلكترونية

165 نظرة تاريخية

166 أهم سمات ومميزات الصحافة الإلكترونية

170 العوامل التي تساهم في نجاح الموقع الإلكتروني الصحفي

171 التحرير في الصحافة الإلكترونية

172 تمويل الصحافة الإلكترونية

173 نظرة في الصحافة الإلكترونية العربية

174 تقسيمات الصحف العربية الإلكترونية

175 نظرة العاملين في الصحافة العربية للصحافة الإلكترونية

177	تشريعات وقوانين الصحافة الالكترونية.....
178	نظرة على مضامين الصحف الإلكترونية في الأردن كنموذج.....
183	الصحف الالكترونية المرتبطة بالصحافة التقليدية.....
184	الصحف الإلكترونية تبعاً لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لتؤسسات إعلامية أخرى.....
185	انماط الصحافة الالكترونية.....

الوحدة العاشرة الإذاعة الإلكترونية

190	تعريف الإذاعة الالكترونية.....
191	مزايا الإذاعة الالكترونية.....
193	بداية الإذاعة الالكترونية.....
194	تقنية الإذاعة الالكترونية.....
194	كيف تنشئ محطة راديو عبر الإنترنت؟.....
195	أهم المواقع المختصة بالبحث الإذاعي الإلكتروني.....
197	نظرة على الإذاعة الالكترونية في الوطن العربي.....

الوحدة الحادية عشرة التلفزيون الإلكتروني (تلفزيون الإنترنت)

201	الباب الأول : تلفزيون الإنترنت.....
201	ماهو تلفزيون الإنترنت؟.....
202	أشكال البث التلفزيوني عبر الإنترنت.....
204	طرق مشاهدة تلفزيون الإنترنت.....
204	الباب الثاني : يوتيوب ودوره في الاعلام.....
204	تعريف اليوتيوب.....
205	اليوتيوب بأرقام.....
205	التأثير الاجتماعي لليوتيوب.....

207 دور اليوتيوب في خدمة الاعلام الالكتروني
209 ميزات اليوتيوب
210 اليوتيوب ووسائل الاعلام
211 المصادقية في اليوتيوب
212 أشخاص اشتهروا عبر اليوتوب

الوحدة الثانية عشر

الأرشفة الإلكترونية

217 تعريف الارشفة والارشفة الالكترونية
218 أهمية الارشفة الالكترونية
218 ركائز الارشفة الالكترونية
219 مزايا الارشفة الالكترونية
220 ادوات إنشاء الأرشفة الإلكتروني
221 طرق التحويل إلى الأرشفة الإلكتروني
223 خصائص الأرشفة الإلكترونية
224 أهداف الأرشفة الإلكتروني
225 وظائف الأرشفة الإلكتروني
227 بعض نظم الأرشفة الإلكترونية العربية والمعرية
228 أرشفة الانترنت
229 دور الأرشفة الالكترونية في خدمة الإعلام

الوحدة الثالثة عشر

الإعلان الإلكتروني

233 تعريف الإعلان الإلكتروني
233 أشكال الإعلان الإلكتروني
233 اللافتة الاعلانية (Banner)
234 البريد الإلكتروني الاعلاني

234	الإعلان عبر محركات البحث.....
236	الإعلان عبر الرسائل القصيرة (SMS).....
237	التحديات للإعلانات في المستقبل.....
237	مميزات الإعلان الإلكتروني.....
238	مشاكل الإعلان الإلكتروني.....
239	التخطيط للإعلان الإلكتروني.....

الوحدة الرابعة عشر

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الإعلامي

245	الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي.....
246	تعريف مواقع التواصل الاجتماعي.....
246	نشأة الشبكات الاجتماعية.....
247	أنواع الشبكات الاجتماعية.....
248	أنواع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعتها.....
248	الشبكات الاجتماعية حريباً.....
249	الشبكات الاجتماعية والأعمال.....
249	أشهر شبكات التواصل العالمية.....
250	نظرة على الفيس بوك.....
250	ما هو الفيس بوك.....
251	نظرة تاريخية.....
254	النواحي المالية.....
256	نظرة على الموقع.....
257	سمات الموقع.....
263	الفصل الثاني: المدونات.....
263	تعريف المدونة.....
264	نظرة تاريخية.....

266 أنواع المدونات
268 من الذي يقوم بكتابة المدونات الإلكترونية؟
268 طريقة التدوين الإلكتروني
271 خدمة التدوين الإلكتروني
271 برامج التدوين الإلكتروني
272 المدونات (الاعلام البديل)
273 أهم مزايا المدونات
275 الفصل الثالث: الويكي
275 تعريف الويكي
275 نظرة تاريخية
276 الخصائص المميزة
276 الوصلات المتشعبة
276 تنظيم المحتويات
277 التحكم بالتعديلات
277 العبث والتخريب
278 مواقع الويكي العربية
 الفصل الرابع: مواقع التواصل والاجتماعي و الاعلام : (الفيس بوك
279 والاهلام)
282 سمات مواقع التواصل الاجتماعي
284 الفيس بوك في العالم العربي
287 سمات مواقع التواصل
288 ثقافة التغيير ودور شبكات التواصل في الثورات العربية
292 مواقع التواصل ليست بديلا لوسائل الاعلام

الوحدة الخامسة عشرة

خدمات البث باستخدام الهاتف المحمول

299	تعريف الهاتف المحمول.....
299	تطور الهاتف المحمول.....
300	خدمات البث عبر الهاتف الجوال.....
301	البث الحي على الهاتف الجوال.....
301	البث اللاذاعي.....
301	البث التلفزيوني (Mobile TV)
302	أهم التقنيات المستخدمة في البث التلفزيوني عبر الهاتف المحمول...
303	نظرة على واقع البث التلفزيوني عبر المحمول.....
305	بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـ MMS.....
306	بث خدمات الأخبار العاجلة.....

الوحدة السادسة عشر

واقع الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي

309	التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإلكتروني.....
310	مفهوم مصطلح الإعلام.....
312	أشكال الإعلام التقليدي.....
313	مقارنة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني.....
316	مصادر تمويل الإعلام الإلكتروني.....
318	إشكاليات مصادر تمويل الإعلام الإلكتروني.....
318	واقع ومشكلات الإعلام الإلكتروني العربي.....
320	الإعلام الإلكتروني والقضية الفلسطينية.....
321	القصور في الإعلام الإلكتروني العربي.....
321	الإعلام الإلكتروني والتقليدي في الوطن العربي.....
323	مراحل تطور الإعلام الإلكتروني و الصحافة الإلكترونية العربية.....

324	مستقبل الصحافة الالكترونية العربية.....
	العلاقة بين الاعلام التقليدي والاعلام الالكتروني - تكامل أم تنافس
	نظرة تاريخية لواقع الاعلام التقليدي والاعلام الالكتروني - في
326	مصر نموذجا -
	استنتاجات وملاحظات حول طبيعة العلاقة بين الاعلام الإلكتروني
332	المستقل والصحافة التقليدية.....
334	نظام التوافق والتنافر بين الاعلام التقليدي والاعلام الإلكتروني...
	آراء بعض الكتاب والإعلاميين في الاعلام التقليدي والاعلام
342	الإلكتروني.....
353	المصادر والمراجع.....

المقدمة

في ستة قرون مضت اعتاد الإنسان على الكلمة المطبوعة كشكل ومحتوى يقدم له الأخبار والمعلومات فيما عرف بالصحيفة التي اتخذت بدورها أنماطاً عدة، وشهدت مراحل تطويرية مختلفة في آليات التصنيع والطباعة والمضمون.

وبسبب هذه الفترة الطويلة التي عاشت خلالها الصحيفة فقد تشكل نوع من الألفة بينها وبين الإنسان، وباتت الصحف مظهراً لا غنى عنه في أي مجتمع، ودلالة على تطور المجتمع، بل إنها أصبحت رمزاً سيادياً للدول والحكومات، ودخلت كعنصر أساسي في الصراعات السياسية والأيدلوجية، وأصبحت أحد الأوعية الأساسية للمعلومات والآراء في هذا العصر حتى قيل على سبيل التشبيه إن الطبعة اليومية لجريدة مثل النيويورك تايمز تتضمن معلومات تفوق ما كان يحصل عليه الفرد في القرن السابع عشر على مدى مئة سنة.

مع التطور العلمي الكبير الذي حدث خلال السنوات القليلة الماضية فإن المتتبع للصحافة والإعلام قبل عقد واحد من الآن، كان يمكن أن يتوقع أي تطور ممكن في شكل تقديم الصحيفة أو مضامينها أو أساليب توزيعها، لأنه اعتاد على التطوير ضمن هذه الحدود، لكن أحداً لم يكن ليتخيل أن الصحيفة المطبوعة على الورق التي رافقته مئات السنين يمكن أن تختفي خلال سنوات معدودة، بعد أن بدأت تعد حسابات انحطاط التقليدي السائد أمام ثورة الحاسوب والمعلوماتية غير المسبوقة في تاريخ التطور الإنساني، وبات أمامنا شكل صحفي جديد نقرأ فيه الأخبار والمعلومات والآراء ونشاهد الصور، ولكن عبر شاشة الحاسوب ومن خلال شبكة الانترنت بلا ورق ولا أحبار فيما بات يعرف اليوم بالصحافة الالكترونية.

إن الصحيفة الالكترونية التي يتزايد حضورها ويتسع لكل يوم على صعيد العالم، تفرض نمطاً مهنيّاً جديداً في كل شيء بدءاً من التحرير وانتهاءً بالوصول إلى القارئ ورجع الصدى الصادر عنه، ويرغم أن الصحف التقليدية ما زالت تتسيد

الساحة المهنية وتشهد ذروة ازدهارها منذ ظهور أول صحيفة قبل عدة قرون، إلا أن كل ذلك لا يمنع التساؤل الملح حول إمكانية الصحف التقليدية المطبوعة على الصمود في وجه الصحافة الإلكترونية التي تبدو أكثر قدرة على التعبير عن متطلبات المستقبل وإمكانياته، وما إن كنا سنشهد في هذا الجيل نهاية عصر الصحيفة التي عاشت معنا مئات السنين.

في هذا الكتاب سوف نحاول التعرف على الصحافة والإعلام الإلكتروني والفروقات الأساسية بينها وبين الصحافة والإعلام التقليدي وتأثيرات الصحافة والإعلام الإلكتروني على الصحافة والإعلام التقليدي.

« الوحدة الأولى »

نظرة على الصحافة والإعلام عبر التاريخ

الوحدة الأولى

نظرة على الصحافة والإعلام عبر التاريخ

❖ المصطلحات الأساسية في الصحافة والإعلام:

في البداية سوف نذكر ونتعرف على المصطلحات الأساسية في الصحافة والإعلام.

❖ الإعلام:

هو مصطلح على أي وسيلة أو تقنية أو منظمة أو مؤسسة تجارية أو أخرى غير ربحية، عامة أو خاصة، رسمية أو غير رسمية، مهمتها نشر الأخبار ونقل المعلومات

إلا أن الإعلام يتناول مهامًا متنوعة أخرى، تعدت موضوع نشر الأخبار إلى موضوع الترفيه والتسلية خصوصًا بعد الثورة التلفزيونية وانتشارها الواسع. تطلق على التكنولوجيا التي تقوم بمهمة الإعلام والمؤسسات التي تديرها اسم وسائل الإعلام، كما يُطلق على الأخيرة تعبير السلطة الرابعة للإشارة إلى تأثيرها العميق والواسع.

❖ وظيفة الإعلام:

في الدول الديمقراطية تؤول وظيفة إعلام الجمهور وتكوين الرأي العام إلى الصحافة بصفة رئيسية، وهي من خلال عملها تقوم أيضًا بالنشاط النقدي والرقابة العامة. تلعب الوظائف تختلف في مدى حيادها ومصداقيتها بحيث تنفع الجمهور. والعلم التخصصي الذي يهتم بدراسة تاريخ وفاعلية الإعلام يسمى "علم الإعلام".

ويمكن اعتبار أهم وظائف الإعلام ما يلي:

- تمثيل الرأي العام وتمثيل مؤسسات، ومنها الإعلان التجاري والتسويق والدعاية والتواصل مع الجمهور والتواصل السياسي.
- الترفيه مثل التمثيليات والموسيقى والرياضة والقراءة العامة، ثم ظهر خلال أواخر القرن الماضي الفيديو وألعاب الحاسوب.
- تقديم خدمات للجمهور، وإعلانات.

❖ أنواع وسائل الإعلام:

هناك العديد من أشكال وسائل الإعلام وأهمها:

أ. وسائل الإعلام المطبوعة وتشمل

1. صحف وجرائد.
2. مجلات.
3. السوريات.
4. المطبوعات بأنواعها.
5. المنصقات.

ب. هناك وسائل إعلام مرئية أو مسموعة وتشمل

1. التلفاز.
2. المذياع.
3. الإنترنت من خلال بعض المواقع.

ج. وسائل إعلام مرئية ومسموعة:

1. إذاعات.

2. القنوات الأرضية والفضائية.

3. السينما: تشكل واحدة من أهم وسائل الإعلام الأمريكية عن طريق إنتاج الأفلام السينمائية.

❖ الصحيفة أو الجريدة:

هي إصدار يحتوي على أخبار ومعلومات وإعلانات، وعادة ما تطبع على ورق زهيد الثمن. يمكن أن تكون الصحيفة صحيفة عامة أو متخصصة؛ وقد تصدر يوميا أو أسبوعيا.

❖ الفرق بين الصحيفة والجريدة:

جري العرف أن يطلق اسم "صحيفة" على "الجريدة".

- الصحيفة هي كل مطبوع دوري، وبالتالي يدخل تحت خانتها المجلة التي يعمل بها "صحفيون" أيضا.
- إلا أن المجلة تتميز بدورية أطول من الجريدة التي تصدر يوميا أو أسبوعيا، في حين يمكن للمجلة أن تصدر أسبوعيا أو شهريا أو نصف شهريا أو فصليا أي كل ثلاثة أشهر.
- تختلف المجلة عن الجريدة في نوعية الورق ووجود غلاف وقطع مختلف.

❖ نظرة تاريخية:

الصحافة بمعنى التبليغ، نقل الأخبار، الإعلام، قسمة ربما قدم الإنسان، وما النقوش الحجرية سوى ضرب من ضروب الصحافة عند بعض الأمم القديمة كالصينيين والمصريين، وكذلك التدوين على الورق البردي الذي اشتهر بها المصريون أيضا، ويعود تاريخها إلى أربعة آلاف سنة؛ وكانت الأخبار على هذه المدونات - فضلا عن التسلية - كانت يختلط فيها الخيال بالواقع، ليؤسس هذا الضرب من الصحافة بداية للفلكلور الشعبي، عند بعض الأمم، حتى قيل أنه كان

لبعض الجماعات البشرية مؤرخون، يدونون الحوادث اليومية كما كان عند البابليين، وكان يتم نقل الأخبار من منطقة إلى أخرى عبر محطات بواسطة جياذ، حتى إذا وصل الخبر إلى حاكم الولاية تتم إشاعة الخبر عن طريق بعض الرسل حيث يضيق المحيط، أو بالإنشادة.. ومن طرائق نقل الخبر، أن الخبر كان يدون على الحجر، ويودع الحجر في أكثر من معبد حيث يرتاد الناس للعبادة من كل حدب وصوب، وبواسطة شراع الخبر.

في العصور الوسطى في أوروبا كان البابا يسجل أحداث العام على سيرة بيضاء، ثم استعاض عنها بعد توسع محيط نفوذه بنشرات على ورق حيث أخذت طابعا دوريا، حل محل الحواريات، واستمر استخدام الرسائل على هذه الشاكلة طوال القرون الوسطى، لخدمة التجار وتسهيل عملية التجارة، وكانت فيينا هي المركز لهذا رسائل

وتعد هذه الرسائل والخطابات المظاهر الأولى للصحافة الأوروبية خلال القرن الرابع عشر، حتى أن بعض الناس امتنوا حرفة الكتابة، وربما عهد أحد الأثرياء أو تاجر الأخبار كما يسمى على الأرجح من استئجار العبيد ممن يعرفون الكتابة، فيملي عليهم ما جمعه من أخبار، فيقوموا هم بنورهم بالبيع والتوزيع، وكانت الأخبار تتوزع ما بين أخبار سياسية وحزبية، وأخبار تجارية ومالية.

بعد مرحلة الأخبار على ورق البردي، ظهرت الكتابة على الخشب، ثم تطورت الكتابة عندما صنع من الخشب قوالب صرفت الطباعة بـ "الطباعة القالبية" وربما جاءت منها اختتام اليوم، لأنها تختلف عنها من حيث الفكرة والمبدأ، وكان للبابليين الفضل في ابتكار هذه الطريقة، بعد اختراعهم للورق أيضا، وكانت هذه الطريقة شائعة في الصين في القرنين الخامس والسادس الميلاديين، ثم تطور حيث صنع أحدهم الحرف من فخار في القرن الحادي عشر، وفي القرن الخامس عشر اهتدى أحدهم إلى صنع حروف متفرقة، إلى أن ظهر بعد ذلك في القرن ذاته اختراع الحروف المعدنية المنقصة في ألمانيا في القرن الخامس عشر ومخترعها هو يوحنا

جوتنبرغ من مواليد ميتر الألمانية عام 1400م، ويعتبره أغلبية الكتاب والمؤرخين، بأنه هو مخترع الطباعة الحقيقي وإن سبقته عدة محاولات، وقد ثبت أن أول كتاب طبع بحروف لاتينية منفصلة هو الإنجيل فيما بين أعوام 1452 – 1455م ويحمل اسم جوتنبرج.

بعد نجاح فكرة الطباعة في ألمانيا انتقلت إلى أوروبا بدءاً من إيطاليا ثم إلى سائر الدول الأوروبية ما بين أعوام 1456 – 1487م انتقلت الطباعة إلى تركيا عام 1503م وتأخر انتقال الطباعة إلى روسيا مقارنة بسائر الدول الأوروبية حيث عرفت في عام 1553م.

بعد اكتشاف الطباعة انقلاباً فكرياً كبيراً، فبعد أن كانت الكتابة تقتصر على اليسوعيين بسبب نظام النسخ المكلف الأجر، أصبحت الصحف والكتب الآن في متناول الجميع، وحركة الإصلاح الديني لمارتن لوتر مدينة في جانب كبير منها إلى ظهور الطباعة

في عام 1632 صدرت الصحيفة الفرنسية الأولى وكان اسمها الأخبار اليومية لأنها كانت مختلفة بعد ذلك بأشهر تبعها لاهازيت لمصاحبها نيو فرانت رنودوم حوالي عام 1796 كان عدد النشرات الصادرة في باريس يتجاوز السبعين

في بريطانيا عام 1641م لكن جميع الصحف ظلت خاضعة للرقابة ما عدا الصحف في هولندا، زالت الرقابة عن الصحف البريطانية في عام 1695م، حيث ظهرت أول صحيفة إنجليزية يومية عام 1702م وفي فرنسا عام 1777م وفي الولايات المتحدة عام 1690م

وتمتعت الصحافة الأمريكية منذ بداياتها بحرية كبيرة نسبياً ولعبت صحفها دوراً كبيراً في حرب الاستقلال الأمريكية عام 1776، ويشهد المؤرخون بأنها الدولة الوحيدة في العالم التي لم تضطهد الصحافة

وكانت أول جريدة عربية عام 1799 وكان اسمها الحوادث اليومية وكان ظهور أول جريدة عربية في شمال أفريقيا في عام 1847 وهي المبشر.

شهدت الصحافة في القرن التاسع عشر تطوراً كبيراً بسبب المستحدثات التكنولوجية.. وفي حيلة لا تخلو من طرافة عهد أحد الصحفيين في عام 1837م إلى تنظيم أسراب من حمام الزاجل فاق عندها على خمسمائة حمامة لنقل الرسائل بين مختلف المدن الأمريكية، ومن الطريف كان قد أعد لهذا الغرض مهبط على سطح مبنى صحيفة نيويورك صن، ثم كان اختراع التلغراف عام 1837م وكان له التأثير البالغ لإيقاظ الجماهير، وجعلها أكثر اهتماماً بالأسئلة العامة، وبات ترى الأسلاك تمتد بين سائر المدن وارتبطت فرنسا بإنجلترا تلغرافياً، إن أول برقية أذيعت بواسطة التلغراف رسالة تهنئة من الملكة فيكتوريا إلى الرئيس الأمريكي بوكانان الذي تم يصدق في البدء، ثم جاء اختراع بيل التليفون في عام 1875م بمثابة دفعة قوية نحو الأمام، وقفزة رائعة للفن الصحفي رغم استخدامه بطريقة بدائية في أول الأمر وتبع ذلك اختراع صمام الراديو في تطوير أجهزة الإرسال اللاسلكية بيد أن نشوب الحرب العالمية الأولى كان سبباً في تلكؤ وتعميل تقدم الإذاعة إلى حين

❖ أنواع الصحف:

يمكن تقسيم الصحف إلى عدة أنواع تميز كل صحيفة سواء كانت جريدة أم مجلة وفقاً لعدد من المعايير هي:

• معيار دورية الصدور:

وهذا التقسيم يميز بين الصحف حسب دورية الصدور أي وقت صدور كل عدد والعند التالي له، وعلى أساسه يمكن تقسيم الصحف إلى:

أ. الصحف اليومية: هي التي تصدر بصفة دورية يومية، وبعض هذه الصحف تصدر صباحية أي تصدر في الصباح، وبعضها مسائية وتتميز بأن أكثر

أخبارها تنتمي إلى أخبار المتابعة أو أخبار الاستكمال حيث تقابع وتستكمل ما سبق أن نشره الصحف الصباحية، أو التي لم تتمكن الصحف الصباحية من الحصول عليها.

ب. الصحف الأسبوعية.

ج. الصحف نصف الشهرية.

د. الصحف الشهرية.

هـ. الصحف ربع السنوية أو الفصلية، وتصدر كل ثلاثة شهور، وهي غالباً تصدر عن جهات أو مراكز علمية أو أكاديمية لأنها تهتم بالبحوث والدراسات.

و. والجرائد تصدر غالباً بصفة دورية أو على الأكثر أسبوعياً في حين أن المجلة تصدر في دورية لا تقل عن أسبوع.

● معيار التغطية الجغرافية:

ويقصد بها مدى وصول الصحيفة إلى القراء في الدولة التي تصدر بها أو على مدى أوسع يشمل عدة دول وعلى هذا تنقسم الصحف إلى:

أ. الصحف المحلية: وهي التي تصدر ليعمل توزيعها محافظة أو منطقة معينة.

ب. الصحف القومية: وهي الصحف التي تصدر لتوزع على جميع الأفراد في الدولة دون انتماء لإقليم أو محافظة معينة، وتهتم بتغطية الأخبار التي تحدث في الدولة ككل، كما تهتم بالأخبار العالمية والدولية، إذ أنها قد توزع خارج الدولة في دول أخرى.

ج. الصحف الدولية: هناك بعض الصحف التي تتضمن الجرائد والمجلات التي يطلق عليها صحافة دولية بمعنى أنها تعبر حدود وطنها ويتم قراءتها خارج الحدود في بلاد غير البلاد التي تصدر فيها؛ وقد يصمم بعضها من الأساس لكي يتم قراءته في خارج الحدود مثل: المطبوعات الدولية من مجلة نيويورك، ومن جريدة الأهرام المصرية، وقد يصدر في بلد ويوزع في بلدان أخرى ما.

● معيار المضمون وطبيعة الجمهور.

ويعتمد هذا المعيار على مدى عمومية أو تخصص المضمون الذي تقدمه الصحيفة (سياسي، اقتصادي، المرأة، الطفل، الأدب، الفن، رياضي... الخ) ومدى مخاطبة الصحيفة لقطاع معين من الجمهور وتركيزها على اهتماماته، وما إذا كان هذا الجمهور عام ومتنوع ومتباين وغير متجانس، أو مخاطبتها والتركيز في الاهتمام على فئات معينة ومحددة وخاصة من الجمهور كالشباب أو الأطفال أو النساء أو المهندسين أو الأطباء أو مضامين معينة، وعلى هذا تنقسم الصحف إلى:

- أ. صحف عامة: وهي تجمع بين المضمون العام والمتنوع ما بين السياسة والاقتصاد والأدب والفن والرياضة وغير ذلك، وبين توجهها إلى جمهور عام وغير متجانس
- ب. صحف عامة متخصصة: وهي صحف جمهورها عام وغير متجانس من حيث خصائصه وسماته ومتنوع من حيث اهتماماته واحتياجاته، ولكنها تركز على مضمون معين تعالجه بأسلوب يتسم بالبساطة والوضوح ليخاطب جمهور غير متخصص في المجال الذي تتخصص فيه المجلة مثل المجالات الفنية العامة أو المجالات الرياضية العامة.
- ج. صحف متخصصة: الصحف المتخصصة من حيث العمر والمضمون فهناك صحف تخاطب جمهور متخصص من حيث العمر وهناك صحف متخصصة في مضمون معين.

● معيار الملكية للصحيفة.

- أ. الصحف المستقلة أو شبه المستقلة أي التي لا تعبر عن أي اتجاه سياسي معين أو تتبنى إيديولوجية بعينها أو تعبر عن حزب سياسي معين وإنما تفتح صفحاتها لكل الآراء والاتجاهات السياسية والاجتماعية ولكل أصحاب الرأي على اختلاف رؤاهم.

ب. الصحف الحزبية: وهي الصحف التي تصدر عن أحزاب معينة (حاكمة أو معارضة) لتكون لسان حال هذا الحزب تعبر عن فكره أو اتجاهه وتدافع عن مواقفه وسياساته وتطرح رؤيته الخاصة لكافة الأحداث والقضايا.

ج. الصحف الحكومية: هي التي تصدر عن جهة حكومية رسمية.

• معيار حجم التوزيع والسياسة التحريرية.

أ. الصحف الجماهيرية أو الشعبية: وهي ذات التوزيع الضخم وعادة ما تكون رخيصة الثمن وتركز على الموضوعات التي تهم القارئ العادي وتطالب مواطنه بالدرجة الأولى كالجرائم والجنس والرياضة وأخبار المجتمع ونجومه وفضائحه والأحداث الطريفة والغريبة والمسلية

ب. صحافة النخبة أو الصحافة المحافظة: وهي صحف تتحرى الدقة والموضوعية وتميل إلى الاتزان في معالجتها للأخبار والموضوعات وتركز على التحليل والشرح والتفسير والمقالات الجادة وتوزيعها أقل، ولكن مستوى مادتها أعمق وتهتم بالأحداث الدولية والاقتصادية والسياسية، ولا تنشر الفضائح إلا في أضيق نطاق وغالباً ما تكون مرتفعة الثمن نسبياً، غير أنه ورغم توزيعها أقل من الصحف الجماهيرية إلا أن تأثيرها أكبر غالباً نظراً لأنها تتوجه إلى المصنفة وتطالب عقولهم

ج. الصحف المعتدلة: التي تجمع بين التوجه إلى الجماهير العريضة والمضمون المتوازن الذي يغطي كل اهتمامات فئات المجتمع بشكل متوازن من الناحية الصحفية، ويرتبط بما سبق ما يطلق عليه شخصية الصحيفة التي هي المدخل لفهم سياستها التحريرية.

● معيار الشكل الفني للصحيفة:

تنقسم الصحف في إطار هذا المعيار إلى:

أ. الجرائد والمجلات: وتتفق كل من الجريدة والمجلة في أنهما يصدران دورياً أو في مواعيد منتظمة، إلا أن هناك مجموعة اختلافات بينهما من حيث:

■ الشكل والحجم الذي تصدر به الجريدة وتصدر به المجلة، فالجريدة عبارة عن طيات لعدد من الصفحات دون غلاف، تأخذ إما الحجم الكبير Standard أو الحجم النصفى Tabloid وهناك حجم وسط غير شائع الاستخدام مثل حجم صحيفة Lemonde الفرنسية، نجد أن المجلة تصدر في عدد أكبر من الصفحات ذات غلاف يضم هذه الصفحات وتتنوع أحجامها بين الحجم الكبير أو الحجم المتوسط أو الحجم الصغير (حجم الجيب).

■ دورية الصدور فالجريدة لا تزيد دورية صدورها عن أسبوع أما المجلة فلا تقل دورية صدورها عن أسبوع، وتستخدم كلتا هاتهما الأشكال الصحفية المختلفة وإن كانت الجرائد تركز غالباً على ماذا حدث، أما المجلة فتتركز على ماذا حدث وكيف؟ أي أن المجلة تميل إلى مزيد من العمق في معالجتها الصحفية. وتسمح دورية الصدور الأطول نسبياً في المجلة بإعطاء مزيد من العناية والاهتمام فيها للصور والألوان وتجويد عملية إنتاجها واستخدام أنواع من الورق أكثر جودة من الذي تستخدمه الجرائد.

● المعيار الاقتصادي:

أ. الصحف المجانية: هي الصحف التي توزع بشكل مجاني وتأخذ مضمات من شاملة ومصدر إيراداتها من الإعلان.

ب. الصحف المدفوعة أو الربحية: توزع برسوم معينة ومصدر إيراداتها من التوزيع والإعلان

• معيار الوسيط الاتصالي الذي يحمل الصحيفة:

حيث لم تعد الصحافة تعتمد فقط على الورق المطبوع التقليدي في نقل محتوياتها إلى القراء وعلى ذلك نجد الآن أكثر من وسيط لنقل الصحيفة:

أ. الصحافة الورقية المطبوعة التقليدية:

ب. الصحافة الإلكترونية غير المطبوعة التي تتخذ وسائط إلكترونية وتعتمد أساساً على الحاسبات الإلكترونية في عملية الإرسال والاستقبال وهذه الصحافة الإلكترونية تتخذ أكثر من شكل على النحو التالي:

■ الصحافة الإلكترونية الفورية التي يحصل القارئ على محتوياتها من خلال شبكات وقواعد البيانات وخدمات المعلومات نظير اشتراك أو مجاناً مثل تلك الصحف التي تصدر على شبكة الانترنت ولها أصل ورقي أو الصحيفة الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي، أو موقع إخباري أو موقع مؤسسة إعلامية وتتميز الصحافة الفورية بالتفاعلية والتجديد المستمر في المحتويات.

■ الصحافة الإلكترونية غير الفورية التي توجد أعدادها على وسائط إلكترونية مثل الأقراص الضوئية أو الدسكات المرنة.

« الوحدة الثانية »



**مفهوم الاتصال وتطور
البنية الأساسية للاتصال
ووسائل الإعلام**

الوحدة الثانية

مفهوم الاتصال وتطور البنية الأساسية للاتصال ووسائل الإعلام

❖ تطور الاتصال وأنواعه:

يعتبر موضوع الاتصال بمفهومه الواسع والشامل نقطة الانطلاق الرئيسية لفهم أفضل لوظيفة الإعلام في المجتمع ومن هنا فإن الحديث عن هذه العلاقة بين الاتصال الكلي والاتصال الجزئي - الإعلامي - مدخلا ضروريا لدراسة إعلامية يمكن أن تؤسس لتطبيقات إعلامية عملية ومنهجية تساعد الدارسين الجدد في الوصول إلى الأسلوب الأمثل لعمل إعلامي أفضل.

❖ مفهوم الاتصال:

بعد الاتصال من أقدم أوجه النشاط الإنساني، وإذا سئل أي إنسان من النشاطات التي يقوم بها يوميا فإن إجابته ستكون في كل الأحوال وأيا كانت مكانته وأيا كانت ظروفه الصحية والمادية تدور حول استقبال اتصال أو إرسال اتصال بالكلام أو المشاهدة أو الاستماع أو القراءة أو الكتابة أو الإشارة، وبكلمات نشاطات اتصالية بين طرفين، بين الفرد والآخرين من المحيطين به، أو بينه وبين ذاته، أو بينه وبين الوسائل السمعية والبصرية والمقروءة

يقول الباحث الإعلامي "جورج لند برج"؛ إن كلمة اتصال تستخدم لتشير إلى التفاعل بواسطة العلامات والرموز وتكون الرموز عادة حركات أو صور أو لغة أو أي شيء منه للسلوك.

الباحث المصري محمود عوده يعرف الاتصال بأنه "العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار والمعلومات بين الناس في تسق اجتماعي صغيرا كان أم كبير.

وهكذا يمثل الاتصال العملية الرئيسية التي تحمل بداخلها عمليات فرعية وأوجه نشاط متنوعة، وهو تفاعل بالرموز اللفظية وغير اللفظية، الشخصية وغير الشخصية، بين طرفين: أحدهما مرسل والثاني مستقبل يتشأ عنه تفاعل وردود فعل ايجابية كانت أم سلبية.

تبدأ العملية الاتصالية بالمرسل وتنتهي بالمستقبل، وما بين الشخص المرسل والشخص المستقبل تكون هناك رسالة تحتوي على مضمون أو منطوق المرسل، والذي ينقل رسالته هذه عبر وسيلة يمكن أن تصل إلى المستقبل، حيث تتعدد الوسائل وتتنوع ما بين اللفظي وغير اللفظي وما بين الشخصي وغير الشخصي وما بين المباشر وغير المباشر.

في شكل الأحوال فإن عناصر الاتصال الأساسية أربعة هي:

1. المرسل.
2. المستقبل.
3. الرسالة.
4. الوسيلة.

يقسم العلماء والمختصون عناصر الاتصال إلى نموذجين وهما:

(1) النموذج أحادي الاتجاه:

■ نموذج أرسطو الذي يحدد عناصر الاتصال بثلاثة عناصر هي:

- أ. المرسل.
- ب. الرسالة.
- ج. المستقبل.

■ ديفيد برلو فيقول أنها أربعة وهي.

أ. المرسل.

ب. الرسالة.

ج. الوسيلة.

د. المتلقي.

■ هارولد لازويل يقسم عناصر الاتصال إلى خمسة عناصر وهي العناصر التي تجيب على خمسة أسئلة تتضمن:

1. من؟ المرسل

2. ماذا يقول؟ الرسالة

3. بأية طريقه؟ الوسيلة

4. لمن؟ المستقبل

5. بأي تأثير؟ رجع الصدى أو النتيجة.

■ شانون و ويفر، قياس النتيجة بالهدف المراد الوصول إليه من العملية الاتصالية، وتحديد نجاح الاتصال بمدى ما حققته من أهداف موضوعة للشخص، أو لأي جهة اعتبارية لها أهدافها المحددة والمرصودة صغيرة أو كبيرة وفي النماذج التفاضلية الثنائية الاتجاه والتي أصبحت ذات أهمية كبيرة في مجتمع العولمة والانترنت والصحافة الإلكترونية والديمقراطية الواسعة الانتشار والنظام العالمي ذو القوة الواحدة هي التي ترصد ردود الفعل أولاً بأول وتقيم خططها الاتصالية بالتعديل سلباً أو إيجاباً حسب قياس رجع الصدى للخططة الاتصالية والتي تبدو أكثر أهمية في حالة الاتصال الجماهيري الإعلامي (راديو وصحافة إلكترونية وورقية وتليفزيون) وهنا تبدو مكونات الاتصال ذات مقاييس نهائية لدى المرسل وذات علاقة بالنظام الاجتماعي والثقافي الذي يكون داخله جمهور المستقبلين للرسالة عبر الوسائل الإعلامية الجماهيرية وغير الإعلامية ومدى فعالية هذه الوسائل في

توصيل الرسالة ودراسة أسباب القصور والفشل لتعديل مسار الرسالة وتغيير الوسيلة المستخدمة وصولاً إلى تحقيق الأهداف المنشودة، لدى المرسل، فرداً، أو جماعة، حزباً، أو حكومة، دولة أو نظام، وهو ما يمكن إن تقتضيه خطوطه عند الإبحار في الحديث عن أنواع الاتصال، وهو ما سوف نتطرق إليه في دراستنا عن التطور التاريخي للاتصال، بإذن الله.

❖ الاتصال وتطور البشرية:

أولاً: عصر الإشارات والاتصال الغير لفظي

مارس الإنسان البدائي، الاتصال من خلال عدد محدود من الأصوات مثل: الزمجرة، والهمهمة، والدمدمة، والصراخ، إضافة إلى استخدام الإشارات، بالأيدي والأرجل، فكان التفاهم صعباً وبطيئاً، أدى إلى تخلف البشرية آلاف السنين، نظراً لضعف القدرة البشرية على التعبير عن ذاتها، فضلاً عن أفكارها.

من المحتمل أن الإنسان الأول قد تفاهم مع الآخرين بالأصوات والإيحاء قبل استعمال الكلمات الحقيقية، ولا يُعرف كيف بدأ التخاطب البشري، وهذا أمر اختلف العلماء فيه منذ القدم ودارت أراؤهم فيه حول أربعة محاور: الأول أن اللغة توقيف من الله والثاني أنها إلهام والثالث أنها اصطلاح والرابع أنها محاكاة للأصوات كما لخصه ابن جني وغيره.



الشكل (1-2) الرسم على الصخور، استعمالها إنسان ما قبل التاريخ لتصوير حياته

وعلى كل حال فقد تبادل الناس المعلومات في المقام الأول مشافهة، كانت الرسائل الشفهية ينقلها صناعون لمسافات طويلة، واستخدم الناس قرع الطبول، وإشعال النار، وإشارات الدخان للاتصال بالآخرين الذين يفهمون الرموز المستخدمة. كانت الصور والرسوم هي الخطوات الأولى نحو اللغة المكتوبة. وقد بدأ الفنانون قبل التاريخ استخدام سلسلة من الصور لحكاية قصة، كتاريخ رحلة صيد ممتعة أو عاصفة عنيفة. وبالتدريج طوّر الناس نظاماً من الصور الصغيرة التي ترمز للأشياء والأفكار الأكثر شيوعاً. ويُعرف هذا النظام بالكتابة بالصور. وقد طوّر السوميريون الذين عاشوا في بلاد الرافدين أول نظام للكتابة بالصور حوالي سنة 3500 ق.م.

وقد استخدمت الكتابة بالصور بكفاءة في الأشياء المألوفة، ولكن الناس واجهوا صعوبة في كتابة الكلمات الجديدة، أو غير المألوفة، وبالتدريج تعلموا أن

يجعلوا كل رمز يمثل صوتاً بدلاً من شيء أو فكرة؛ ونتيجة لذلك أمكن لهم أن يكتبوا أية كلمة في اللغة المنطوقة.

وقد جاءت الكتابة في المرتبة الثانية، بعد التخاطب مباشرة؛ بين أهم الاختراعات الأولى الخاصة بالاتصالات. وقد مكنت الناس من تبادل الرسائل عبر المسافات الطويلة، دون الاعتماد على ذاكرة المرسل إليه. كما أمكن أيضاً الاحتفاظ بالمعلومات لاستخدامها في وقت لاحق. وباختراع الكتابة انتهى عصر ما قبل التاريخ، وبدأت حقبة التاريخ المكتوب.

مرت البشرية منذ بدء الخليقة، بمراحل تطور باثقة الأهمية، تغيرت خلالها لغة الاتصال بين البشر، من عصا لرموز والعلامات والإشارات، إلى عصر اللغة المنطوقة والتخاطب، ثم وصلت لعصر الكتابة اليدوية البدائية، قبل أن يعرف العالم الطباعة ويدخل منها إلى عصر الاتصال الجماهيري بناً بالصحافة الورقية، ثم الصحافة المسموعة والمرئية التي عرفت في بدايات القرن العشرين، مع اكتشاف السينما، وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية، ثمهدا للوصول بالعالم إلى مرحلة الاتصال التفاعلي، من خلال الانترنت، والصحافة الإلكترونية.

ثانياً: عصر التخاطب والاتصال اللفظي

الحاجة للبقاء دفعت الإنسان للتعلم، شيئاً فشيئاً، وهو ينتقل ببطء تدريجي من العصر الحجري لألاف السنين، إلى عصر الحياة المستقرة والإقامة الدائمة في جماعات تزايدت أعدادها مع مرور الزمان، وبدأت تصنع لنفسها لغة تخاطب منطوقة، ويذكر المؤرخون، أن منطقة الشام والعراق، شهدت حضارات قديمة، قبل سبعة آلاف سنة من ميلاد المسيح عليه السلام، عرفت الزراعة وتربية الحيوانات، وكانت لها لغة تخاطب ساعدت على تأقلم الناس مع بعضهم ودفعتهم لحل نزاعاتهم الشخصية والتفرغ لبناء حضارة إنسانية، لا يمكن لها أن تقوم دون لغة، وكانت الرموز التصويرية، من خلال صور ورسومات بدائية، يتم حفرها على الحجارة، هي الخطوة الأولى في تعلم النطق والكتابة.

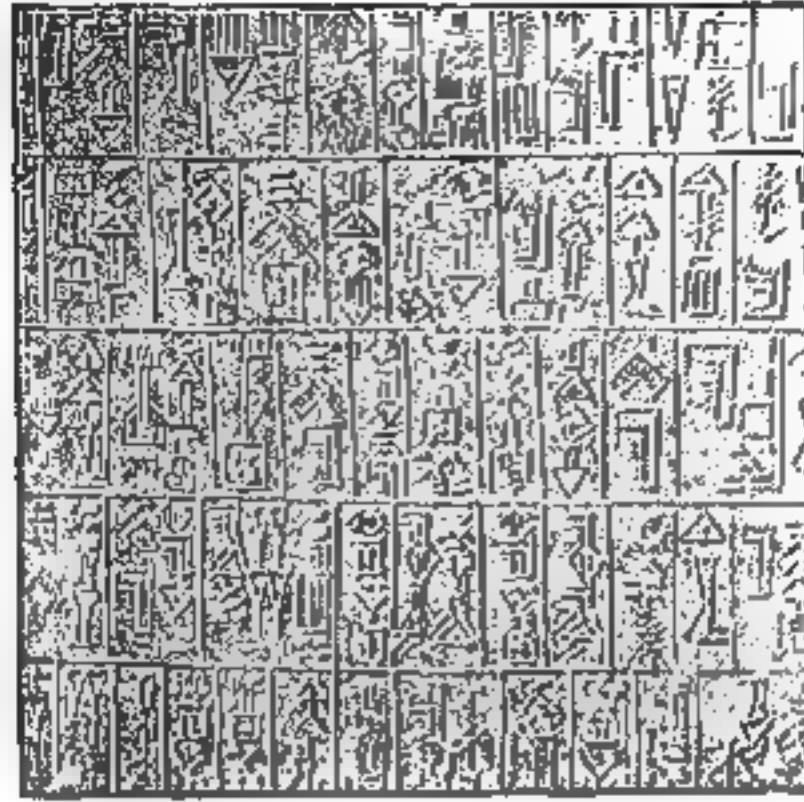
ثالثاً: عصر الكتابة والاتصال الغير شخصي

بدأت الكتابة بعد فترة من استقرار المجتمعات الزراعية، حين بدأت الحاجة لتسجيل الأراضي والأموال، وطور المصريون القدماء نظاماً لتحديد الأيام والشهور والسنوات، ليواجهوا أوقات الفيضانات في مواعيدها، كما استخدموا قبل خمسة آلاف سنة من الميلاد الكتابة التصويرية في الكتابة على المعابد والمقابر وفي تسجيل الأحداث الهامة، عن طريق حفرها على الحجارة، وكان كل رمز أو رسم يعني فكرة معينة، مما يتطلب من الكاتب والقاري، حفظ عدد هائل من تلك النماذج الرمزية، وكانت الكتابة خلال تلك الأزمنة الوسيلة الرئيسية للاتصالات عبر المسافات الطويلة، وقد استأجر رجال الأعمال والأثرياء وسطاء محترفين، نقلوا الرسائل سيراً على الأقدام، أو على ظهور الخيل، أو عن طريق السفن. كما استخدم القادة العسكريون الحمام الزاجل لنقل الرسائل.

ثم طور السومريون العراقيون الكتابة بالرموز الصوتية ثم استغرق الأمر عدة قرون أخرى لظهور الكتابة الألف باليه في بلاد الإغريق عام 700 قبل الميلاد، وتعتمد على استخدام الحروف للتعبير عن المنطوق الصوتي، وكان أهم إنجاز بشري، ظهر من خلاله الأبجديات اللغوية لشعوب العالم، فأصبح لدينا 28 حرف للغة العربية، و 26 حرف للغة الانجليزية، فكل شعب له لغته الخاصة التي تعلمها وأتقنها، كما يتعلم الطفل الصغير النطق من أمه وأبيه، فهناك الإيطالية والفرنسية والعبرية واللاتينية... الخ.

وفي حوالي عام 500 ق.م، طور الإغريق القدماء طريقة سرية لإرسال الرسائل من مدينة لأخرى على مجموعة من الجدران اللبنية. وقد كانت المسافة بين هذه الجدران قريبة، بحيث كان كل منها يمكن رؤيته من الجدار المجاور له، وقد مثلت الضجوات، خلال أعلى كل سور، حروف الهجاء. ويقوم الشخص بإشمال النار في الأماكن المناسبة على الجدار لإرسال رسالة. ويرى المراقب على الجدار المجاور النيران وينقل الرسالة. ويسمى هذا النظام من الاتصالات بالبرق المرئي.

وقد حصل الرومان القدامى على الأخبار من صحيفة مكتوبة باليد تسمى الأحداث اليومية (الأكتا ديورنا)، وكان يصدر بعض النسخ من الصحيفة كل يوم ويلصق في الأماكن العامة.



الشكل (2 - 2) الكتابة المسمارية، ظهرت في القرن السادس قبل الميلاد، تتكون من حروف مسمارية منقوشة على الطين أو الصلصال

❖ لمحة عن تطور الطباعة.

ظهرت الطباعة بطبع الكلمات والصور والتصميمات فوق الورق أو النسيج أو المعادن أو أي مواد أخرى ملائمة للطبع فوقها، ويتم بنسخ صور بطريقة ميكانيكية من خلال الطبع من سطح بارز، فكان يتم قديماً الختم بالحجر وهذا يعتبر أقدم طرق الطباعة التي عرفت لدى البابليين والسومريين والينبلاويين والأوغارتيين والآشكاديين والحضارات في سوريا القديمة وبلاد ما بين النهرين، وكان يستعمل للاستغناء عن التوقيع على المستندات والوثائق والمعاهدات أو كرمز ديني، وكانت الوسيلة الأولى اختتام بصم بها فوق الطين أو حجر يחדش أو ينقش سطحه كذلك كان حجرة دائرية تغمس في الصبغة المسائلة أو الطين ليطبع بها فوق سطح ناعم ومستوي، لطبع ما كتب عليها كصورة متطابقة عكسيا ومقابلة كما في حضارات الجزيرة السورية، وتم استعمال الأختام الطينية المنقوشة بتصميم

← مفهوم الاتصال وتطور البنية الأساسية
بسيطه، منذ سنة 5000 ق م، وكانت تطبع على الأبواب المخصصة لحيازة وحفظ
السلع، واختلفت أشكالها مكتوبك التي وجدت مغطاة بتقوش الحيوانات أو بأشكال أو
أسماء ملكية.

وبين سنتي 2000 و 1800 ق م ازدهرت التجارة بين بلاد الرافدين والهند
عبر الخليج، وكان من بين أهم التجارات اختتام العلامات الدائرية التي عرفت
بالأختام الفارسية الماهرة

وهناك خلاف تاريخي حول من استعمل الطباعة لأول مرة بشكل واسع هل
هم العرب أم الصينيين، وترجع بعض الوثائق المطبوعة المكتشفة في "جنيزة القاهرة"
إلى القرن الثامن الميلادي نفس القرن الذي ظهرت به الطباعة في الصين، ووصلت
صناعته إلى بغداد في عهد الخليفة هارون الرشيد، ثم انتشر الورق في أوروبا بعد فتح
العرب للأندلس، واستمرت الطباعة في الدولة الفاطمية خصوصاً لطباعة الأحرار
والأذكار.

وبعد قرون قليلة اكتشف الألماني جوتنبرج، طريقه لخلط الرصاص بمعادن
أخرى لعمل السباتك، طورها لطباعة الأحرف مستخدماً آلة ضخمة لعصر النبيذ
كمطبعة، نجح في تشييدها عام 1436م ومع بداية القرن 16، بدأت الصحافة
الورقية المطبوعة تنتشر في أمريكا وإنجلترا ومستعمراتها معلنة ميلاد الصحافة
الجماهيرية.



الشكل (3-2) مطبعة يدوية استعملت في ألمانيا سنة 1811

متعت السلطات العثمانية العلباية بالحروف العربية لاعتبارها حروفا مقدسة، ولكنّها في بدايات القرن السابع عشر سمحت بها مرة أخرى، هذا ويذكر المؤرخون بأن أول مطبعة عربية أنشأت في التاريخ الحديث قد أنشأت على يد الموارنة في لبنان سنة 1610 ميلادية وهي مطبعة دير قزحيا جنوب مدينة طرابلس وكانت تستعمل الحروف السريانية والعربية بينما استعملت مطبعة دير مار يوحنا الصايغ التي أنشأت في الشوير في لبنان عام 1733 ميلادية الحروف العلباية وكان مؤسسها هو عبد الله زاخر أصله من حماه بسوريا.

رابعاً، عصر الإعلام والاتصال الجماهيري

شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصالات الجماهيرية والتي اكتمل نموها في القرن العشرين، وكان من أسبابه الثورة الصناعية في العالم المتقدم والتي صاحبها التوسع في فتح أسواق جديدة ن كانت بحاجة إلى الاتصال الغير مباشر خارج الحدود ما بين المنتجين والموزعين والمستهلكين.

واكب ذلك ظهور المخترعات الحديثة ومن أهمها:

أ. أول آلة طباعة بمحرك (طابعة فيريبنوية)

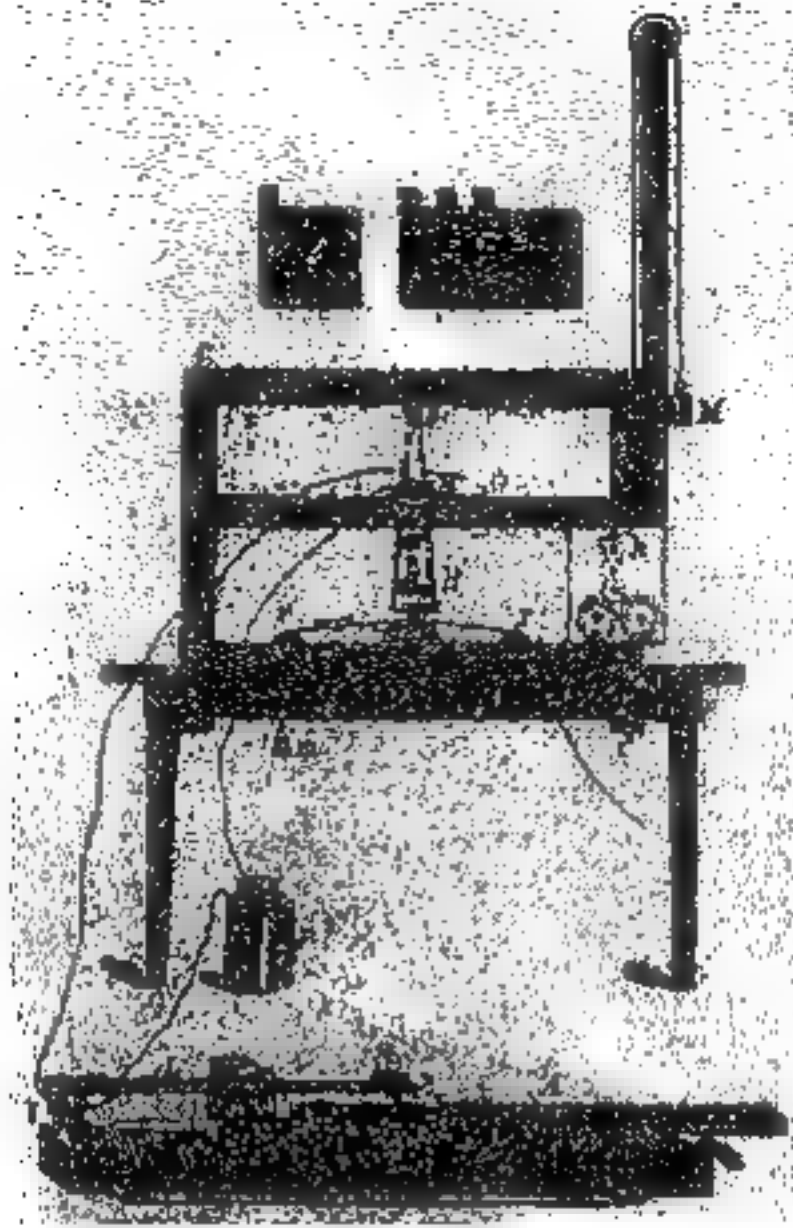
أحدث العديد من الاختراعات الجديدة ثورة في الاتصالات. وحدث تقدم مهم في الطباعة عام 1811م، عندما استخدم طابع الحائي يُدعى فريدريك كوينج محركاً بخارياً لتزويد آلة الطباعة بالقوة المحركة. وكان على الطابعين أن يستمروا في وضع الحروف المطبوعة باليد، ومع ذلك فإن عملية الطباعة نفسها أصبحت أسرع مئات المرات. واستخدمت جريدة التايمز اللندنية آلة طباعة كوينج لأول مرة في عام 1814م، ومكّن هذا الاختراع التايمز، وجرالد أخرى من طباعة أعداد كبيرة، بتكلفة قليلة، مما جعل بالإمكان توزيع الجرائد على نطاق واسع.

ب. التلغراف (البرق)

كانت النقلة النوعية للاتصالات السريعة مع اختراع البرق الكهربائي الذي يُرسل الرسائل عبر الأسلاك في ثوان. وقد صمم مخترعون في النمسا والمانيا وبريطانيا وبلاد أخرى أجهزة برق ممتدة خلال أوائل القرن التاسع عشر الميلادي. تكن كل هذه الأجهزة كان يمتريها نقطتا ضعف هما افتقارها لمصدر ثابت للكهرباء، وصعوبة استخدامها.

وخلال الثلاثينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، بدأ الرسام والمخترع الأمريكي صمويل مورس، العمل على جهاز كهربائي للبرق. وطور مورس وشريكه ألفرد هيل، بعد سنين من التجارب، جهازاً بسيطاً للبرق، له مصدر ثابت من التيار يُنتج بواسطة بطاريات ومغناطيس كهربائي. وكان الجهاز يُرسل رسائل على هيئة نقاط وخطوط تُسمى شفرات مورس. وقام مورس بتسجيل اختراعه في عام 1840م، ولأول مرة انتقلت الأخبار بسرعة الكهرباء. وبدأت الجرائد تقريباً في الحال في استخدام تلغراف مورس. وفي الستينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، كانت

خطوط البرق قد قامت بوصل أغلب المدن بعضها ببعض. وأصبح البرق الوسيلة الرئيسية للاتصالات عبر المسافات الطويلة.



الشكل (4-2) تصميم التلغراف الأصلي الذي اخترعه مورس سنة 1840

كان البرق (التلغراف) يستطيع إرسال الرسائل فقط، حيث توجد أسلاك، وفي عام 1858م، تم وضع كابل بحري للتلغراف عبر المحيط الأطلسي، لكن الكابل لم يعمل بعد بضعة أسابيع، وتم وضع أول كابل يعمل بنجاح عبر المحيط الأطلسي في عام 1866م، وكان ذلك أساساً نتيجة لجهود المليونير الأمريكي سيرس هيلد، والفيزيائي البريطاني اللورد كلفين. وقد مكّن هذا الكابل الممتد تحت الماء، من إرسال الرسائل عبر المحيط الأطلسي في دقائق.

ج. التصوير:

زداد تطور الاتصالات باختراع التصوير، وقد أسهم العديد من العلماء الأمريكيين والبريطانيين والفرنسيين في تطويره، بحيث لا يمكن أن يُعتبر شخص واحد مخترع التصوير. وفي عام 1826م، صنع عالم الفيزياء الفرنسي، جوزيف نيسفور نيبس، أول صورة ثابتة. وتعتمد طريقة نيبس التي تُسمى الهليوجراف على تعريض صفيحة فلزية للضوء لمدة ثماني ساعات تقريباً، ونتيجة لذلك، فقد أمكنه فقط تصوير الأشياء الثابتة كالمنازل ولم يتمكن من تكوين صور للأشياء المتحركة.

وقد عمل الرسام الفرنسي لوي جاك ماندييه داجيير، شريكاً لنيبس لعدة سنوات، وفي الثلاثينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، طور داجيير نوعاً محسناً من الصور الضوئية سُمي الصورة الداجيرية. تحتاج الصورة الداجيرية إلى عدة دقائق فقط للتعريض للضوء. وفي الوقت نفسه تقريباً، اكتشف المخترع البريطاني وليم هنري فوكس تالبوت طريقة للتصوير باستخدام ورق سائب (نيجاتيف) بدلاً من الصفيحة الفلزية. ولكن اختراع فوكس تالبوت الذي سُمي التوليبوتيب أو الكالوتيب لم يستخدم على نطاق واسع، لأنه أنتج صورة أقل وضوحاً من طريقة التصوير الداجيري. لكن فكرة استخدام سائب مرن، أصبحت المفتاح للتصوير الحديث. وفي الطرق الأخرى المستخدمة كان على المصور استخدام زجاج أو صفائح فلزية يجب تغييرها في كل تعريض للضوء. ولكن باستخدام طريقة تالبوت أصبح من الممكن تحريك الفيلم خلال الكاميرا واستخدامه لالتقاط سلسلة من الصور.

د. التلفون (الهاتف)

وسجل ألكسندر جراهام بل - وهو مدرس للمصمم اسكتلندي المولد - براءة اختراع نوع من الهاتف في عام 1876م. وقد مكّن جهاز بل من نقل الصوت البشري عبر الأسلاك. كما سجل إlishا جراي، وهو مخترع أمريكي براءة اختراع آلة مشابهة في الوقت نفسه تقريباً. ولكن أول شبكة للهاتف تم تمهيدها في نيو إنجلاند عام

1878م، واستخدمت تصميم بل. وبحلول عام 1890م، كان نظام بل للهاتف يستخدم على نطاق واسع في أمريكا وأوروبا.



الشكل (5-2) صورة تظهر غراهام بل يتحدث عبر الهاتف الذي اخترعه سنة 1876

هـ. الفونوغراف:

وفي عام 1877م، اكتشف المخترع الأمريكي توماس أديسون أول فونوغراف عملي، وكان يسجل الصوت على أسطوانة مغطاة بطبقة فلزية رقيقة. وبعد ذلك بنحو عشر سنوات، اكتشف إميل برلينر - وهو أمريكي من أصل ألماني - فونوغرافاً يستخدم قرصاً بدلاً من أسطوانة. ومع بداية القرن العشرين، حل فونوغراف برلينر الذي يستخدم القرص محل فونوغراف أديسون.

و. الطينوتيب

استمر الطابعون يصفون الحروف المطبعية باليد، حتى الثمانينيات من القرن التاسع عشر الميلادي، كما كان جوتنبرج يفعل. ولكن في عام 1884م، سجل

أوتيسار مرجنتيلس، وهو ميكانيكي ألماني بالولايات المتحدة، براءة اختراع آلة الليثوتيب، وتستخدم الليثوتيب لوحة مفاتيح لصف حروف الطباعة ألياً، دون الحاجة للصف اليدوي. وقد عجل هذا الاختراع إنتاج الصحف والمطبوعات الأخرى.

ز. الشريط السينمائي:

وفي عام 1887م، طور رجل دين أمريكي يدعى هانيبال جودوين الشريط السينمائي الذي كان متيناً ولكن في الوقت نفسه كان مرئاً. وقام جورج إيستمان، وهو مُصنّع لمواد التصوير، بتقديم الشريط السينمائي في عام 1889م، ونجح أديسون ومخترعون آخرون، في تصوير وعرض أفلام سينمائية خلال التسعينيات من القرن التاسع عشر الميلادي. وربما كان أديسون قد استوحى تصميمه لآلة عرض الأفلام من المخترعين الأمريكيين توماس أرماث وتشارلز فرانسيس جنكنز.

ح. البث الإذاعي (اللاسلكي):

العام 1896م اكتشف المخترع الإيطالي ماركوني اللاسلكي، حيث كانت المرة الأولى التي يتم فيها انتقال الصوت الى مسافات بعيدة دون الحاجة إلى أسلاك، حيث أدى ذلك إلى ظهور الخدمة الإذاعية الصوتية لأول مرة في كندا وألمانيا عام 1919م ثم في أمريكا عام 1920

ط. التلفزيون:

بدأت بعد تجارب البث الإذاعي تجارب البث التلفزيوني، وقد استفادت التجارب الأمريكية الأولى لاختراع الخدمات التليفزيونية بكافة الاختراعات السابقة، وظهر أول بث تليفزيوني أمريكي عام 1941م، وكان اختراع السينما قد ذاع وانتشر، ما بين العام 1895م بظهور أول فيلم صامت من إنتاج فرنسي، وحتى العام 1927م بولادة السينما الناطقة، والعقاد مهرجان هوليبود السينمائي،

فأكملت معادلة الاتصال الجماهيري بشقيها الثقافي والإخباري، لتعلن عن دخول البشرية عصر الاتصال الجماهيري المرئي في السينما والتلفزيون.

خامساً، العصر الحديث وعصر الانترنت، والاتصال التفاعلي

كان القرن العشرين بحق هو قرن الإعلام، وقد تتابعت فيه الاختراعات الالكترونية بسرعة مذهلة، وصلت به إلى البث الفضائي التليفزيوني مستفيدة من تكنولوجيا الأقمار الصناعية التي بدأت الظهور، بإطلاق الاتحاد السوفييتي - السابق - لقمره الصناعي الأول عام 1957، وتبعه تفوق أمريكي في مجال الأقمار الصناعية، التي استطاعت نقل أول بث تليفزيوني مباشر في العام 1964م، بتغطيتها لدورة طوكيو الأولمبية، إلى أن عشنا، وعلى الهواء مباشرة، الحرب الأمريكية على العراق عام 1991 وأصبح لدى العرب القمر الصناعي عربسات عام 1990، وانضم إليه القمر الصناعي المصري نايلسات منذ العام 1996م، وكان الاندماج بين تكنولوجيا الأقمار الصناعية، وتكنولوجيا الحاسب الالكتروني، أو الكمبيوتر، هو قمة ما أنتجه العقل البشري من الاختراعات، والتي أطلقت الانترنت، والنصحافة الالكترونية، وأدخلت الانسانية إلى عصر تفاعلي، بلا قيود وليس له حدود، في التواصل بين الناس من كل الأجناس.

• تطور البث التليفزيوني:

نتج التلفاز، كما العديد من الاختراعات الأخرى، من أبحاث وتفكير العديد من الناس، وترجع محاولة إرسال الصور عبر الفضاء إلى القرن التاسع عشر الميلادي، وتم تطوير أول نظام عامل في عام 1926م، عندما استطاع جون لوجي بيرد، وهو مهندس أسكتلندي إثبات إمكانية النقل التلفازي. وفي عام 1936م، نقلت هيئة الإذاعة البريطانية أول بث تلفازي مفتوح الدائرة (عام). وبدأت شركة الراديو الأمريكية البث المنتظم في عام 1939م، واستخدمت كاميرات تلفازية محسنة وأنابيب إلكترونية للصور المعدلة بواسطة فلاديمير كوسما زوريكين، وهو فيزيائي أمريكي، روسي المولد.



الشكل (6-2) تلفزيون قديم

توقفت البرامج التلفازية مؤقتاً في بداية الأربعينيات من القرن العشرين الميلادي، خلال الحرب العالمية الثانية، ثم استؤنف الإرسال بعد الحرب، ومع بداية الخمسينيات من القرن العشرين الميلادي، بدأت محطات التلفاز في الولايات المتحدة وأوروبا بث برامجها.

في أواخر القرن التاسع عشر الميلادي، اخترع مهندس هولندي يُدعى هالديمار بولسن آلة تسجيل الصوت على أسلاك حديدية، ولكن اختراع بولسن لم يحظ باهتمام يذكر. وخلال الثلاثينيات من القرن العشرين الميلادي، طور مهندسون ألمان مسجلات تسجيل الصوت على شرائط مغناطيسية. وبخلاف تسجيل الفونوغراف، فإن مسجلات الشرائط الجديدة يمكن الاستماع إليها مرة أخرى بعد تسجيلها بإرجاع الشريط. وتمكنت مسجلات الفيديو المطورة في الخمسينيات من القرن العشرين الميلادي من تسجيل الصورة بالإضافة إلى الصوت على شريط مغناطيسي. في البداية كانت محطات التلفاز فقط تستخدم مسجلات الفيديو، ولكن مسجلات الفيديو كانت المطورة في السبعينيات من القرن العشرين الميلادي جعلت هذا التسجيل رخيصاً، بدرجة جعلته متاحاً للاستخدام المنزلي، ويستطيع الأشخاص توصيل مسجل الفيديو كاسيت بجهاز التلفاز الخاص

يهم لتسجيل البرامج آلياً لمشاهدتها في فترة لاحقة. وفي بداية الثمانينيات من القرن العشرين، أدخلت عدة شركات أقراص الفيديو، ويتم نقل الصور والأصوات السابق تسجيلها على أقراص الفيديو بواسطة جهاز تشغيل آلي لجهاز التلفاز المتصل به.

قامت أقمار صناعية أرضية تُسمى أقمار الاتصالات لأول مرة بنقل الرسائل بين المحطات الأرضية في عام 1960م، وقبل ذلك الوقت كانت الإشارات التلفازية تُرسل فقط بواسطة الكبل، أو إلى حيث توجد أبراج نقل لتقوية الإشارات. ومكنت الأقمار الصناعية من ترحيل الإشارات التلفازية عبر المحيطات. وكذلك تستطيع الأقمار الصناعية نقل رسائل الراديو والهاتف والاتصالات الأخرى.

• استخدام الحاسوب في الإعلام والصحافة:

خلال السبعينيات من القرن العشرين، بدأت العديد من الجرائد والمطبوعات الأخرى، في استخدام الحاسوب في التحرير، وأنظمة صف الحروف المطبعية، حيث يقوم الكاتب بكتابة المقالات على لوحة مفاتيح متصلة بالحاسوب، وبينما يقوم بالكتابة تخزن في الوقت نفسه الكلمات في الحاسوب وتعرض على شاشة عرض طرفية، ويتصل الحاسوب بدوره بجهاز يسمى آلة التجميع أو التصفيف الضوئي، وبمجرد الضغط على زر تقوم الآلة بوضع المقال على هيئة حروف مطبعية مصفوفة على شريط فوتوغرافي.

• اختراع الفاكس والهواتف اللاسلكية:

في أوائل الثمانينيات من القرن العشرين، بدأ العديد من الشركات تسويق هواتف خلوية متحركة. وبموجب هذا النظام تقسم المدن إلى مقاطعات تسمى خلايا كل منها له ناقل راديو منخفض الطاقة ومستقبل. وعندما تنتقل السيارة المزودة بهاتف من خلية إلى أخرى يقوم الحاسوب بنقل المكالمات من ناقل ومستقبل إلى آخر بدون انقطاع المكالمات. وفي أواخر الثمانينيات من القرن العشرين، بدأت

العديد من الشركات في استخدام عملية تُسمى الناسوخ (الفاكس ميلي أو الفاكس) للإسراع بالاتصالات، وتقوم آلة الفاكس بإرسال واستقبال نسخ المستندات عبر أسلاك الهاتف وتستطيع إعادة نسخ كل من الكتابة والصور.

العولمة:

تغيرت الأدوار أو تداخلت بين عناصر الاتصال، ويات المرسل والمستقبل، يتبادلان الأدوار في معظم الأحوال، ويمكن لأي فرد كان توجيه رسالته في أي زمان وإلى أي مكان، وتجمعت الخدمات الاتصالية في توليفه واحد، يمكن من خلالها، مشاهدة التلفاز والسينما وكتابة الرسائل الإلكترونية، في جهاز المحمول التليفوني، ويمكن مشاهدة الأفلام السينمائية والقنوات التليفزيونية والمحطات الإذاعية، مع مخاطبة العالم كله باستخدامات الإنترنت، وجهاز الكمبيوتر الأمر الذي جعل الكثيرين، يطلقوا على هذا الزمان، بالعولمة الكونية، وتحولت القيادة من الساسة إلى رجال الإعلام، ويات الإعلامي سياسي، والسياسي إعلامي، والاقتصاد هو اللاهبة الأساسي الآن، ولم يعد هناك حربا أشياح، أو أسرار، وفي لحظات قصير تكون أخبار المشاهير من أثرياء وسياسيين أو فنانين، في متناول الجميع، من هامة الشعب أو المثقفين، ولم تعد الديكتاتورية حلا مقبولا للحكام، ويات الحديث عن الاشتراكية وهم وضياع، والكون كله يتبع قوة عظمى واحدة ووحيدة، هي التي أنتجت كل هذه الاختراعات وتنادي بالفوضى الخلاقة بين الشعوب المستضعفة لتحكم سيطرتها على العالم، بنشر قيمها، ومعتقداتها والتويل والدمار لمن يعارض أمريكا صانعة عصر العولمة.

« الوحدة الثالثة »

الثورة الرقمية مظاهرها ونتائجها

الوحدة الثالثة

الثورة الرقمية مظاهرها ونتائجها

عرفت البشرية في نهاية القرن الماضي، وبداية القرن الحالي، تطورا هائلا في المجالات التكنولوجية، تتصدرها الرقمنة والانترنت، مما أسس لتحولات عميقة، يعيشها العالم تبعا لتطبيقات واستعمالات هذه التكنولوجيات.

والثورة الرقمية، هي اللفظ الذي يطلق على العصر الحالي، منذ ظهور الحاسبات وأجهزة الحاسوب وغيرها من تبعات التطور التقني الحديثة، ويشمل كل الأجهزة التي تتعامل بالطرق الرقمية.

❖ أهم التطورات في تكنولوجيات الاتصال:

تطورت تكنولوجيا الاتصالات من خلال خمس ثورات أساسية، تمثلت الثورة الأولى في تطور اللغة والثورة الثانية في تسوين اللغة، وتمثلت الثورة الثالثة في اختراع الصناعة في منتصف القرن الخامس عشر، وبدأت معالم ثورة الاتصال الرابعة في القرن التاسع عشر مع اكتشاف الكهرباء والموجات الكهرومغناطسية والتلفراف والتصوير الضوئي والفتوغرافيا والسينما، ثم ظهور الراديو والتلفزيون في النصف الأول من القرن العشرين.

أما ثورة الاتصال الخامسة فقد أتاحها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال اندماج ظاهرة التفجر المعلوماتي وتطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه وأشكاله واستخدام الحاسب الآلي والأقمار الصناعية، ولقد أدى ذلك إلى ظهور خدمات الاتصال الحديثة وأهمها: الإنترنت، والتلفزيون الكبلي والتلفزيون منخفض القوة، والفيديو كاسيت والفيديو تكست، والتليتكست والمؤتمرات عن بعد والبريد الإلكتروني كأحد تطبيقات الإنترنت

وتعرف تكنولوجيا الاتصالات بأنها مجموعة التطبيقات التي تنشأ عن علم الإلكترونيات وتتمثل في الهاتف، التلفزيون، الأقمار الصناعية، الإنترنت وتنعكس آثارها على مجالات الحياة المختلفة الهندسية والطبية والعسكرية والمدنية والفضائية وغيرها من مجالات الحياة

شهدت أنظمة الاتصالات على امتداد تاريخها جملة من التطورات جعلتها تلعب دوراً تتزايد أهميته في مختلف مجالات حياة الإنسان، يوماً بعد يوم، وقد أسست لهذه التطورات توجهات كبرى يمكن تقديمها في أربعة محاور هامة

- أ. تنامي ذكاء الشبكات.
- ب. التجوال والبحث المتواصل للترفيه في السعة.
- ج. تقريب الخدمات الشخصية من المستعمل من خلال ضمان سهولة استعمالها، وتمويل محتواها، والتحكم في السعة.
- د. تدني تكلفة التجهيزات بالنسبة إلى سعتها.

– أولاً: آثار الرقمنة في شبكات الاتصال

لعل أهم حدث عرفه قطاع الاتصالات وجعله يتحول من مجرد قطاع مساند لبعض الأنشطة المتفرقة إلى قطاع محوري له تأثير هام على مختلف المجالات، الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، هو إدخال الرقمنة التي شملت تدريجياً مختلف أنظمة معالجة ونقل المعلومة

أ. الترميز الرقمي:

المتأمل في التقنيات الرقمية يلاحظ أن أهم العناصر التي تكمن فيها التأثيرات المباشرة على الإنسان من خلال حياته اليومية، تتمثل في الترميز الرقمي لجميع المعلومات بصفة إلكترونية باعتماد القاعدة الثنائية في مجال الرياضيات،

ويمكن هذا الترميز من مسك المعلومات في جميع أشكالها ووضعها على الخط ليتقبلها الحاسوب أثناء معالجته.

ويتميز هذا الترميز بتوفير قدرة فائقة لترجمة المعلومات في أشكالها المتعددة سواء منها المجسمة كالنصوص والصور والصوت وكذلك المجردة كالعلاقات والافتراضات، في شكل نماذج تقريبية خاضعة لإرادة الإنسان من خلال معالجتها من طرف الحاسوب والتحكم فيها وتغييرها وإخراجها في أشكال ومعاني جديدة ومختلفة من أصولها وكذلك من توسيع رقعة ترويجها خاصة لدى الشرائح الاجتماعية القصية سابقا من هذه المعالم.

ولم تقتصر التقنيات الرقمية على ترميز المعلومة بصفة إلكترونية فقط بل اجتاحت أيضا تقنيات الإرسال والاتصالات وأصبحنا أيضا نتحدث عن الإرسال الرقمي الذي مكن من تطوير قدرات شبكات الإرسال إلى درجات خالية ومن إخضاع الإرسال للمعالجة الآلية. وبالتالي من تعديد الوظائف والخدمات ومن ادماج مختلف المجالات التي يشملها قطاع الاتصالات وخاصة شبكات الهاتف وشبكات ترانس المخطيات والإرسال الإذاعي والتلفزي وشبكة الانترنت وغيرها.

ب. رقمنة أنظمة التراسل:

في هذا الإطار شهدت أنظمة التراسل أخيرا، تطورا ملحوظا فبرزت تكنولوجيات جديدة من أهمها التكنولوجيا البصرية، ذلك أن تطوير نظرية الليزر وصناعة الألياف البصرية من جهة واكتشاف المضخمات البصرية من جهة أخرى أمكن استعمال أنظمة ترانسل بصرية جديدة كنظام الهرم الرقمي المتزامن (SDH) الذي تصل سعته إلى 2,5 جيجابت في الثانية أي ما يعادل إرسال 39 ألف مكالمات متزامنة لكل ليف بصري واحد.

ولعل من أهم المستجدات التي شهدتها قطاع الاتصالات في الفترة الأخيرة ظهور تقنية الإرسال المتعدد الأطوال الموجية (WDM) وقد بلغت سرعة التدفق

بهذا النظام مؤخرًا 40 جيجابت في الثانية أي ما يقارب 625 ألف مكالمات متزامنة لكل ليف بصري واحد، وتجدر الإشارة إلى أن أنظمة التراسل السابقة الذكر تحتوي على درجة كبيرة من الذكاء تمكن المشغل من التحكم فيها وصيانتها واستغلالها الإستغلال الأمثل إذ توفر طاقة ربط ديناميكية، كما تمنح شبكات هذه الأنظمة في شكلها الحلقي مستوى تأمين مرتفع.

ج. رقمنة شبكات النفاذ:

ومن جهتها وحتى تتمكن من مواكبة التطور الحاصل في شبكات التراسل ومن الاستجابة لحاجيات المستعمل النهائي من حيث السعة، شهدت شبكات النفاذ تطورات هامة بفضل اعتماد تكنولوجيات نفاذ جديدة من أهمها تكنولوجيا DSL التي تعتمد على تقنيات ترميز جديدة بواسطة تجهيز خط المشترك الذي يشترط أن يكون ذو جودة عالية، بجهاز محول (MODEM) تسمح تقنيات من قبيل المعطيات بسرعة تصل إلى حوالي 50 ميجابت في الثانية وذلك باهتمام المسافة الفاصلة بين المشترك ومركز التحويل.

وبالرغم من حداثة استعمال تقنيات هان ظهور الشبكات متعددة الخدمات والتطورات الكبيرة التي شهدتها أنظمة التراسل والتحويل، دفعت مشغلي الاتصالات إلى استعمال الأنظمة البصرية في شبكات النفاذ، ويمكن لهذه الأنظمة التي وقع اعتمادها حالياً توفير 622 ميجابت في الثانية. كما أنه من المتوقع أن تدخل أنظمة الأكبر سعة حيز الاستعمال في شبكات النفاذ في المستقبل في حالة تزايد الحاجة لسعة إضافية.

وبالتوازي مع التطور الذي شهده تكنولوجيات النفاذ المعتمدة على الكوابل، فإن تقنيات النفاذ الراديوي حققت هي الأخرى نجاحات كبيرة فيما يتعلق بتطوير السعة، فإلى جانب تكنولوجيا كواحدة من أهم التكنولوجيات المستقبلية إذ تشتغل في شريط النبضات 2.4 – 40 جيجا هرتز وتوفر سرعة تصل إلى 50 ميجابت في الثانية في اتجاه المستعمل.

د. رقمنة أنظمة التحويل:

وبما نفس الإطار وحتى لا تمثل عائقا يعرقل التطور الذي عرفته شبكات التواصل والنفاذ شهدت أنظمة التحويل تطورات هامة وعديدة. فبهدف مسايرة النسق المتزايد لسرعة تدفق المعطيات وأمام محدودية التحويل الدوري لتحقيق ذلك ظهرت طريقة تحويل الحزم التي تمكن من سرعة تدفق اكبر وتعتمد على آليات مراقبة ذات جدوى مرتفعة تضمن بدرجة كبيرة التقارب بين المعلومات المرسلة والمقبولة. وأصبح من الممكن تركيب تجهيزات لمئات الآلاف من المنخرطين.

هـ. شبكات الهاتف الجوال

إلى جانب التطورات الهامة التي عرفتها شبكات الاتصال الثابتة فإن شبكات الهاتف الجوال مرت هي الأخرى بثلاث مراحل هامة منذ ظهورها أي في أواخر الستينات، ففي الفترة الأولى التي امتدت أواخر الثمانينات ظهر الجيل الأول للهاتف الجوال الذي يعتمد على أنظمة تناظرية مثل 450. أما الفترة الثانية فتميزت بظهور نظام اتصالات سابق.

ورغم هذا النجاح فإن سرعة التدفق التي توفرها أنظمة تراسل المعطيات والجديدة في نظام، لم تكن كافية مما أدى إلى ظهور شبكات الجيل الثالث للهاتف الجوال الذي يمثل أهم المستجدات في قطاع الاتصالات في بداية هذا القرن. ويسمح هذا النظام الذي يستعمل تقنية نفاذ تعتمد على اسناد رمز وحيد لكل مستعمل خلال كل مكانة، من توفير سرعة تدفق تصل حاليا إلى 2 ميجابايت / ث.

و. تقنيات البث الإعلامي:

اقتصرت التطورات التي شهدتها قطاع البث الإعلامي في السنوات الأخيرة على تطوير أجهزة التقبل والالتقاط والتركيب واعتماد الأقمار الاصطناعية في بث البرامج التناظرية، فمنذ فترة قصيرة امتدت الرقمنة إلى تجهيزات الاستقبال

واجتاحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هذا القطاع خاصة على مستوى ارسال الرقمي وكذلك ادخال ودماج شبكة الانترنت وشبكات الكابيل التلفزيونية وغيرها. فبدأنا نشهد اليوم بروز ظاهرة التلفزة التفاعلية من خلال توفير بعض الخدمات للفرض مثل خدمة تسجيل البرامج التلفزيونية الرقمية وخدمة الفيديو تحت الطلب، وقد بدأ استخدام أجهزة التتيل لتدمج عديد الخدمات التلفزيونية والخدمات ذات القيمة المضافة وخاصة منها المتعددة الوسائط الأكثر تفاعلية.

- ثانياً: ظاهرة الانترنت

يجمع جل المختصين المتابعين لمجال الاتصال في العالم على اعتبار ظهور وانتشار استعمال الانترنت من أهم التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الاتصال خلال السنوات القليلة الماضية، وذلك لتأثيرها الكبير على هذه الشبكات، ويذهب البعض الى اعتبار الانترنت ظاهرة تضاهي في آثارها رقمنة شبكات الاتصال.

ولعل من أبرز الشواهد الدالة على الأهمية المتنامية لتأثير الانترنت على شبكات الاتصال ما تم تسجيله من تجاوز حجم المعطيات المنقولة عبر هذه الشبكات بالمقارنة مع الحركة (Trafic) الهاتفية العادية.

ولفهم هذا الانتشار السريع للانترنت لا بد من الإشارة الى الدور الكبير الذي لعبه انتشار قواعد البيانات من جهة والتطور المسجل في ميدان تقنيات التدوين اللامادي للوثائق من جهة أخرى، إذ أن ظاهرة التضخم التي بلغت المعطيات ضمن إطار منطقي متناسق أدى إلى تطوير أدوات مسك هذه المعلومات وتوفير إمكانيات أسهل لاستغلالها، فظهرت نتيجة لذلك قواعد بيانات توفر للمستخدمين أوجه متعددة للمعلومات تتماشى وحاجياتهم المرتقبة. وقد انتشرت بفضلها بنوك المعطيات في جميع المجالات وأصبحت تقدم للمستخدم خدمات ذات قيمة مضافة وعلى الخط من نوع الاعلام والارشاد والمساعدة. وقد أدى هذا الى تطوير الخدمات المصددة لفائدة المستعمل وذلك بجعلها متوفرة على الخط في كل

مكان وزمان وبشكل شفاف مما يضيف عليه أكثر اطمئننا وتقربا لقرارات المصلحة ويساهم أكثر في إرساء ثقافة التسامح والتأخي بالمجتمع.

ومن ناحية أخرى لا بد أن نشير إلى تطور مفهوم الوثيقة من مجرد كتاب أو مجلة ثابتة ومجسمة إلى وثيقة إلكترونية تفاعلية تدمج إلى جانب الأشكال الخطية (نص، صورة،...) أشكالاً حسية وحيوية منشطة ومتحركة وأصبحت تعرض في أشكال طبقات فائقة بحيث يتصفحها القارئ ويبحر فيها حسب تمشي شخص لتطلعاته ورغباته. ويعتمد التقنيات الحديثة للاتصالات هذه الوثيقة بطابع مجرد وفترضى اختزلت فيه المسافات والزمان وأصبحت تسمى بصفحات "الويب".

سكل هذه التطورات شكلت أسباب مباشرة للانتشار الهائل الذي عرفته شبكة الإنترنت خلال السنوات القليلة الماضية، وإمام هذا الطلب المتزايد لاستعمالات الإنترنت في سكل مجالات الحياة شهدت هذه الشبكة بروز العديد من البروتوكولات التكميلية لتسمح باستعمال الإنترنت في نقل خدمات حساسة لعامل الوقت نذكر من ضمنها الهاتف عبر الإنترنت والمحاضرات عن بعد والطلب عن بعد. وقد توجهت هذه الجهودات بتصميم الجيل الجديد من بروتوكول الإنترنت الذي يقدم حلول الإشكاليات الضمان والحجز المسبق لقنوات الاتصال المطروحة مع الجيل الحالي لهذا البروتوكول، وفي هذا السياق لا بد من الإشارة إلى الإجماع العالمي على اعتماد بروتوكول الإنترنت في بناء نواة الشبكات الموحدة المستقبلية من جهة وفي شبكات الجيل الثالث للهاتف الجوال.

- ثالثاً: انعكاسات تطور الاتصالات وأثره على الإنسان

توجد الاتصالات حولنا في سكل الأرجاء، فأغلب المدن الكبرى بها على الأقل جريدة واحدة يومية. وكثيراً ما نرى سعاة البريد يسلمون البريد، ويحتوي الهواء من حولنا على إشارات تلفازية غير مرئية، يمكن أن يلتقطها جهاز التلفاز، ويحولها إلى أصوات وصور. كما أننا نستخدم الاتصالات بطرق عديدة في المنزل، والمدرسة، والأعمال، والصناعة، وفي الشؤون العالمية.

(أ) في المنزل

تستعمل أنواعاً عديدة من الاتصالات الشخصية والعامة في المنزل، فالمذياع المزود بساعة، قد يوقظنا في الصباح ويُعزِّفنا الوقت والطقس المتوقع، وينقل أخبار اليوم، ويسمح لنا الهاتف بالتحدث مع أشخاص قريين أو بعيدين عنا، وقد نخبرنا مذكّرة من أحد أفراد الأسرة أن صديقاً قد اتصل أو تُذكِّرنا بميعاد. تتيح الصحف أنواعاً عديدة من الاتصالات، فبعض المقالات تزودنا بالمعلومات في مجال الأخبار، ويطرق إصدار الطعام، كما تزودنا مقالات أخرى، بأنواع الفكاهة، والمتعة كالمسلسلات الهزلية، والمقالات المضحكة.

ويُشاهد ملايين الناس التلفاز للترفيه في أوقات فراغهم، إلا أن التلفاز يقوم بتزويد المشاهدين بفوائد أكثر من مجرد الترفيه، فيحصل أغلب الناس على جزء كبير من الأخبار عن طريق البث الإخباري التلفازي، وتزود الإعلانات التلفازية الناس بالمعلومات عن المنتجات والخدمات.

(ب) في المدرسة

يستخدم المدرسون مجموعة متنوعة من طرق الاتصالات، لمساعدة تلاميذهم على التعلم. فكثيراً ما يحاضرون الفصل بكامله، أو يُوجِّهون مناقشة جماعية، وفي أوقات أخرى يساعد المدرسون تلاميذهم بشكل فردي.

وتعد الكتب المدرسية المقررة، من أكثر وسائل الاتصال العامة استعمالاً في المدارس. وكذلك يستخدم المدرسون وسائل اتصال أخرى عديدة، مثل الشرائح، والملصقات، والتسجيلات الصوتية والمرئية، والأفلام. وتُطْلَعُ الأفلام التعليمية الطلبة على تجارب عديدة لا يمكنهم الحصول عليها في الحياة. ويُعيد الممثلون والممثلات تجسيد الأحداث المهمة في التاريخ، كموقعة القادسية أو حياة عمر المختار. وتأخذ الأفلام الطلبة إلى عوالم بعيدة، كقاع المحيط، أو القطب الجنوبي، كما تُظهِرُ

الرسوم المتحركة عمليات لم يكن من الممكن أن يراها التلاميذ بطريقة أخرى، مثل حركة محرك السيارة، أو مقاومة الجسم البشري الجراثيم.

ويحتوي العديد من غرف الدراسة على أجهزة تلفزيونية تستقبل دروساً معدة خصيصاً عن طريق تلفاز الدائرة المغلقة. وهذا الإرسال التلفزيوني يُرسل عبر الأسلاك إلى عدد محدود من المشاهدين، ولا يثبت على الهواء. كما يشجع المدرسون تلاميذهم على مشاهدة البث التلفزيوني، للأحداث المهمة، كإطلاق سفينة فضاء، أو خطاب يلقيه رئيس الحكومة.

ج) في الأعمال والصناعة

تكل الأعمال الكبرى تقريباً عمال منتشرون في أكثر من مكان، مثل الموظفين الذين يعملون في المكاتب الفرعية، أو مندوبي المبيعات الذين يزورون العملاء؛ لذلك تحتاج الأعمال إلى اتصالات سريعة موثوق بها. ويتم الكثير من اتصالات الأعمال بوساطة الهاتف، أو بوساطة أجهزة تُسمى الطابعات عن بعد أو آلات الفاكسميلي التي تُرسل وتستقبل رسائل مكتوبة عبر الأسلاك، ويستخدم هذه الوسيلة للاتصالات، يمكن للمؤسسات المتعددة الفروع أن تُغير سعر أحد الأصناف في جميع فروعها في دقائق معدودة. وكان هذا الأمر - قبل أيام الاتصالات السريعة - يستغرق عدة أسابيع لإبلاغ كل فرع.

وللعديد من الأعمال دائرة اتصالات، تتكون من اثنين أو أكثر من الحواسيب، متصلة بخطوط هاتفية خاصة. وتبادل الحواسيب، كميات ضخمة من البيانات بسرعة فائقة. وتقوم الآلات بترجمة المعلومات إلى صورة مكتوبة بوساطة طابعات عالية السرعة، أو على شاشات تُسمى شاشات عرض طرفية تحتوي على أنابيب أشعة الكاثود. وتطبع أكثر الشركات الكبرى مجلاتها الخاصة، أو جرائدها لموظفيها. وتسمى هذه المطبوعات نشرات دورية، تزودهم بالمعلومات عن خطط الشركة، والمنتجات الجديدة وأمور أخرى. وقد تتصل الشركات الكبرى بموظفيها،

عن طريق دائرة تليفونية مغلقة، وتنتج أعلامها وشرائط التسجيل المرئية الخاصة بها بنفسها.

(د) في الشؤون العالمية:

كانت الأخبار تنتقل بين الأمم ببطء، قبل عصر الاتصالات الحديثة السريعة. وقد تسبب الوقت الطويل الذي كان يضيع حتى يتم تسليم الرسائل أحياناً في مشكلات. فقد كان من الممكن على سبيل المثال، ألا تقع حرب عام 1812م (بين بريطانيا والولايات المتحدة)، لو وُجد البرق أو الهاتف في ذلك الوقت. وقد بدأت الحرب جزئياً؛ لأن بريطانيا عرقلت حرية الملاحة الأمريكية. وقد أعلنت الولايات المتحدة الحرب على بريطانيا في 18 يونيو 1812م. وكانت بريطانيا، قبل يومين من هذا الإعلان، قد أعلنت أنها سوف توقف عرقلة الملاحة الأمريكية، ولكن هذا الخبر كان لا بد أن يعبر المحيط الأطلسي، بواسطة السفن، حتى يصل إلى الولايات المتحدة، ولكنه لم يصل إلا بعد بدء القتال. وقد كان من الممكن أيضاً أن تمنع الاتصالات السريعة المعركة الرئيسية في هذه الحرب. وقد خاض الجنود هذه المعركة في نيو أورليانز في يناير 1815م، بعد 15 يوماً من توقيع معاهدة سلام في أوروبا. وقد قُتل نحو 315 شخصاً وجرح نحو 1,290 في هذه المعركة. ويمكن أن تؤدي الاتصالات السريعة إلى نتائج سيئة إذا لم يتم التعبير عن الرسائل بدقة. فقد أرسلت الولايات المتحدة وحلفاؤها في عام 1945م، قرب نهاية الحرب العالمية الثانية، رسائل بالراديو إلى اليابان، تحذراً بأن اليابانيين سيواجهون تدميراً عاجلاً ومطلقاً إذا لم يستسلموا. وقد كان المسؤولون اليابانيون ينوون أن يردوا بأنهم سوف يؤجلون التعليق؛ لأنهم يحتاجون لوقت أطول لدراسة الرسالة. وبدلاً من هذا، فقد ردوا بكلمة تعني: أنهم سوف يتجاهلون التحذير - ولو كانوا قد اختاروا رداً آخر، فلربما حال ذلك دون إسقاط الولايات المتحدة، قنابل ذرية على المدينتين اليابانيتين هيروشيما وناجازاكي. وقد مات أو فقد نحو 132,000 رجل وامرأة وطفل بعد الانفجارين، ويعتقد البعض أن ما حدث كان نتيجة لفشل في الاتصالات.

هـ) الشؤون الاقتصادية:

ما انفكت الاقتصاديات العالمية منذ العشرية الماضية وتحت تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال تخوض تحولات عميقة غير متناهية ومناهضة أحياناً للقواعد الأساسية لنموذج الاقتصاد التقليدي. وقد تعددت المصطلحات للتعريف بهذه التحولات فسمي بالاققتصاد الاتصالي أو الاقتصاد اللامادي أو الاقتصاد الرقمي أو الاقتصاد المعرفي وصلاً الذي تعريف موحد يسمي بالاققتصاد الجديد، ويمثل ما كان إنتاج الخيرات من مواد فلاحية وصناعية محركاً للاقتصاد خلال الثورة الصناعية فإن صناعة المعلومة وتنمية قطاع الخدمات المستهلك لها أصبحت المحرك الأساسي لاقتصاد اليوم.

و) الشؤون الاجتماعية:

على المستوى الاجتماعي والثقافي فقد ساهمت تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات من خلال توفير عدد كبير من قواعد البيانات وبنوك المعطيات عبر العديد من شبكات الاتصال، وخاصة منها الانترنت بفضل تطور تقنيات الويب، في الانفتاح على الثقافات الخارجية من جهة والتعريف بالثقافة المحلية من جهة أخرى مما ساهم في التعريف بالخصائص الثقافية والحضارية لمختلف البلدان وإشباع المتاحف والمعارض الوطنية.

يقول الناس كثيراً إن الاتصالات، قد جعلت العالم أصغر، فقد كان العالم يبدو هائلاً، عندما كانت الرسائل في أوروبا تصل إلى أمريكا بعد رحلة في المحيط تستغرق أسابيع عديدة. والآن يستطيع الراديو، أن ينقل الصوت البشري حول العالم في جزء من الثانية، وبالسرعة نفسها تقريباً، يستطيع الضرد أن يتصل هاتفياً بشخص آخر في أي بلد تقريباً. وقد جعلت أقمار الاتصالات الصناعية البث التلفزيوني على مستوى العالم ممكناً، فيستطيع المشاهدون في منازلهم أن يشاهدوا أحداثاً تقع في قارة أخرى، كمراسم جائزة نوبل، أو التوقيع على معاهدة.

ويقدر ما يمكن استعمال هذه التكنولوجيات من انتقاء الحدود بحيث توفر فرص متساوية للمعرفة ولدعم ثقافة الافراد بقطع النظر عن مكان تواجدها فانها تطرح تحديات جديدة على مستوى الهوية والثقافة المحلية اذ سيقع قطعاً تقبل ثقافات مختلفة خاصة عبر الشبكة وقد كان لصناعة المحتوى الاثر الكبير في بعث مهن جديدة للتدوين والتقديم والبحث والمشاركة الفعالة والتعريف بالثقافات والحضارات مما أسهم في تقليص حدة البطالة بالعديد من البلدان ومن جهة اخرى فقد اسهمت تقنيات الاتصال الحديثة والبنية التحتية المتطورة في تنمية بعض الخدمات التي تهم قطاعات حساسة مثل الصحة والتعليم وذلك بفضل ظهور تطبيقات الطب والتعليم عن بعد وكل هذا ما كان ليكون لولا اعتماد تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

لقد اتاحت الثورة الرقمية التي شهدها العالم في نهاية القرن العشرين فرصة لإرساء دعائم مجتمعات واقتصاديات جديدة قادرة على محو ما خلفته الاقتصاديات الكلاسيكية من تفاوت بين الدول والشعوب، وهو ما من شأنه أن يساعد الدول النامية على اللحاق بركب الدول المتقدمة شريطة أن تسير نسق التحولات التي تملئها التكنولوجيات الحديثة بالسرعة والقاعلية المطلوبتين.

❖ الفجوة الرقمية:

الفجوة الإلكترونية وتسمى أيضا الفجوة الرقمية (Digital Divide): هو مصطلح حديث ظهر في علم الحاسوب وعلوم الاجتماع في بداية الألفية الجديدة.

والفجوة الرقمية: هي الفجوة بين الذين بمقدورهم استخدام الإنترنت بسبب امتلاكهم المهارة اللازمة والقطرة المادية وبين الذين لا يستطيعون استخدام الإنترنت.

بعض الدراسات تنسب الفجوة الرقمية إلى الفجوة بين مستخدمي وسائل الاتصالات الحديثة وتقنية المعلومات بشكل عام وغير المستخدمين لهم.

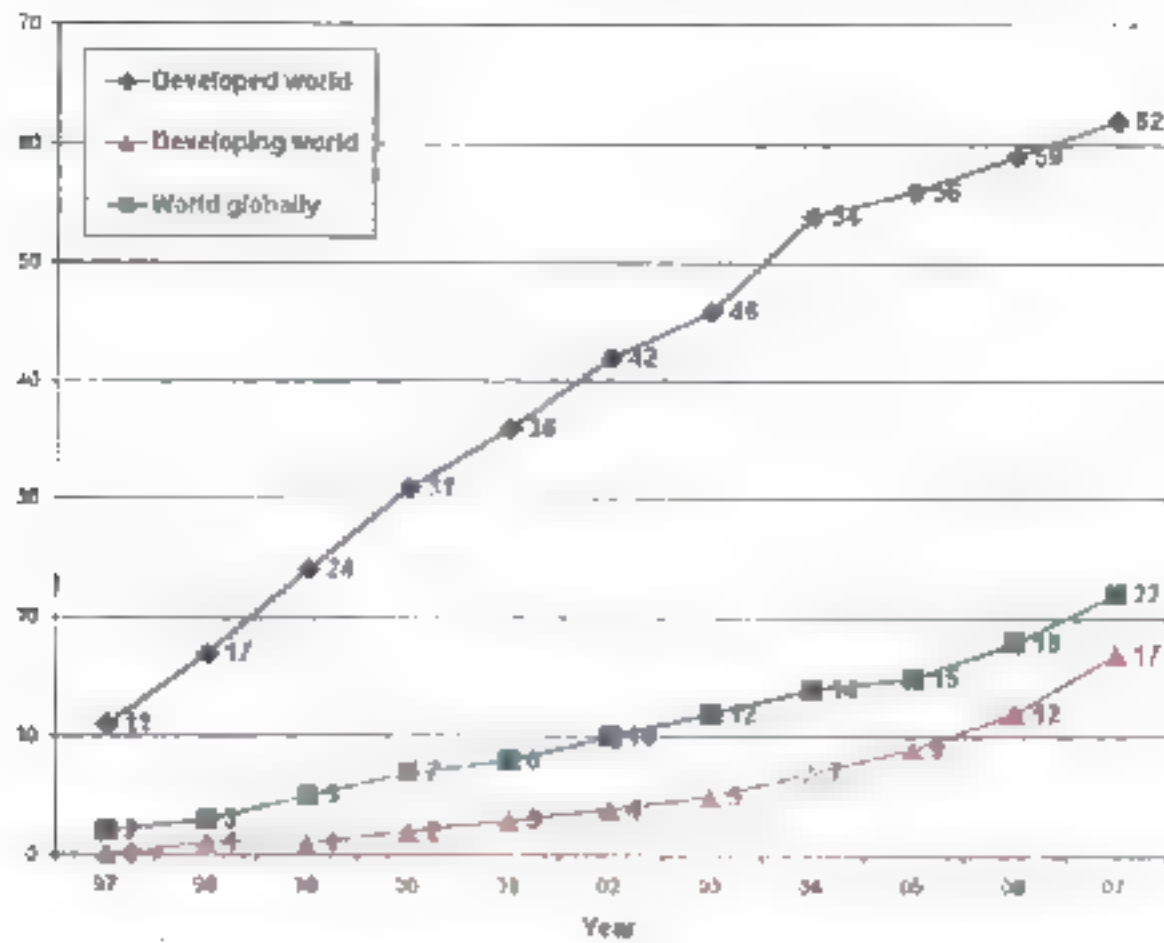
ان المتابع للتطورات التي شهدها ميدان تكنولوجيايات الاتصال الحديثة يلاحظ أن هذه التطورات ملئ الرغبة من الأهمية التي تكنسها لم تشمل كل المجتمعات بصفة متوازنة ففي حين أصبحت هذه التكنولوجيايات تمثل في بعض المجتمعات ضرورة ووسيلة مهمة وفعالة في تسير أمور الحياة اليومية لدرجة أن من لم يستعملها أو من لا يتقنها أصبح يعد أمياً، لم تتمكن العديد من المجتمعات من مواكبة والانخراط في هذه الثورة وبقيت تعتبر هذه التكنولوجيايات كمظهر من مظاهر الرفاهة لا يكتسي استعمالها أية جدوي أو ضرورة.

ومن هنا ظهر وشاع استعمال مصطلح "الفجوة الرقمية" حيث أن ظهور المصطلح جاء مع الانتشار الواسع للتجارة إلكترونية والحكومة الإلكترونية فبدأ جدل واسع بين العلماء من وضع الناس الذين لا يستطيعوا استخدام الإنترنت وهل سيفوتهم الكثير من الفوائد والخدمات المقدمة لستخدامي الإنترنت وهل الإنترنت ساهم بخلق فجوة في المجتمع. سواء داخل المجتمعات الغربية نفسها حيث تصل نسبة استخدام الإنترنت في الولايات المتحدة وكندا إلى حوالي 70% من السكان بينما لا يصل الملايين من السكان إلى الإنترنت، أو بين المجتمعات في الدول المتقدمة ونظيرتها في العالم الثالث.

من هنا تنبّهت دول العالم لحجم الكارثة وسارعت لإنشاء القمة العالمية لمجتمع المعلومات WSIS التي عقدت مرحلتها الأولى في جنيف (مكاثون الأول 2003)، وعقدت المرحلة الثانية في تونس (تشرين الثاني 2005)، وهي الدولة التي دعت لإقامة قمة مجتمع المعلومات في محاولة من الدول العربية للحفاظ على فرصتها لتكون أحد الأقطاب المعلوماتية في مجتمع المعلومات.

طالبت القمة بخلق بيئة مواتية على المستويات الحكومية والخاصة والمدنية لجذب المزيد من الاستثمارات الأجنبية والعربية لتثري صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الشرق الأوسط. كما ركزت على المنح التدريبية وتنمية الموارد البشرية، لأن البنية البشرية هي حجر الأساس في بناء مجتمع المعلومات.

Internet users per 100 inhabitants 1997-2007 (Source: ITU)



الشكل أعداد مستخدمي الإنترنت بين عامي 1997 – 2007 لكل 100 من السكان

في الشكل الخط الأول (شكل المعين) في البلاد المتقدمة أما البلاد الناشئة
الخط الأسفل (شكل المثلث) وكذلك المتوسط العالمي الخط الأوسط (شكل المربع)
طبقاً لإحصاء (ITU)

❖ مظاهر الفجوة الرقمية:

ربما من أهم وأخطر مظاهر الفجوة الرقمية اتساعها المتزايد يوماً بعد يوماً
فعلى الرغم من تفاؤل بعض المحليين إزاء إدراك بعض الدول النامية لأهمية
التقنيات الحديثة للاتصال في تحقيق الازدهار الاقتصادي إلا أن الفجوة الرقمية ما
انفكت تشهد اتساعاً متواصلاً في مساحتها، وتمثل الإحصائيات خير شاهد على
ذلك ففي حين كانت تمثل نسبة مستخدمي الإنترنت بين أمريكا الشمالية وبين
أفريقيا 297 ضعفاً في العالم 1979، أصبحت في شهر أكتوبر من عام 2000 تمثل
أكثر من 540 ضعفاً.

وتشير الدراسات التي طُرقت لهذا الموضوع الى وجود تباين في استعمال هذه التقنيات ولا سيما الانترنت على مستويات مختلفة: سواء كان ذلك على مستوى الجهات او الطبقات او الشركات داخل دولة واحدة او أخيرا على مستوى الأفراد داخل مجتمع واحد.

❖ أسباب الفجوة الرقمية:

يمكن تلخيص الأسباب الاجتماعية والثقافية للفجوة الرقمية بما يلي:

(أ) تدنى التعليم وعدم توافر فرص التعلم:

تدنى مستوى التعليم وعدم توافر فرص التعلم من أهم الأسباب التي تنتج عنها الفجوة الرقمية.

(ب) الأمية:

تعتبر الأمية من الأسباب الرئيسية المؤدية للفجوة الرقمية، فكلما ارتفعت نسبة الأمية أدى ذلك إلى اتساع الفجوة الرقمية، ومن المعلوم أن نسبة الأمية بين البالغين في عالمنا العربي تقدر بـ 45 ٪ وهي أعلى من المتوسط العالمي وحتى من متوسط البلدان النامية.

(ج) الدخل:

يعتبر الدخل من الأسباب المؤدية للفجوة الرقمية فالأفراد في الدول النامية دخلهم محدود بعكس الأفراد في الدول المتقدمة حيث أن انتشار تقنية المعلومات في الدول المتطورة وانخفاض تكاليف هذه التقنية وذلك بفضل تطور البنى التحتية لشبكات الاتصالات وكذلك انخفاض أسعار الأجهزة، أما الوضع في الدول النامية فيختلف كثيرا حيث أن تقنيات المعلومات ضلت عالية الكلفة كما أن البنية التحتية لشبكات الاتصالات في كثير من هذه الدول لا زالت بدائية.

وبالتالي تنشأ الفجوة الرقمية بسبب الفرق بين الدخل في الدول النامية والمتقدمة.

(د) الفجوة اللغوية:

تلعب اللغة دوراً رئيسياً في اقتصاد المعرفة لذلك يعد التخلف اللغوي من الأسباب الرئيسية للفجوة الرقمية ولذلك تسعى جميع الدول حالياً إلى الاهتمام بلغتها القومية خاصة فيما يتعلق بعلاقتها بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات عموماً والإنترنت بصفة خاصة.

تشير الإحصائيات إلى أن 78 % من المواقع على الشبكة العنكبوتية تستعمل اللغة الانجليزية كما أن 96 % من المواقع التي تعنى بالتجارة الالكترونية تستعمل اللغة الانجليزية. في حين ان عديد الشعوب خصوصاً في الدول الفقيرة والنامية لا يجيدون غير لغتهم الأم.

(هـ) الجمود المجتمعي:

لتسبب مجتمعات الدول النامية بضعف قابليتها للتغيير لأسباب عديدة ترجع إلى منظرية القيم والتقاليد السائدة وبالتالي فهي تجد صعوبة في تقبل أي تغييرات جديدة نظراً لتمسكها بهذه القيم والتقاليد.

(و) الجمود التنظيمي والتشريعي:

من أهم أسباب الفجوة الرقمية عدم توافر البيئة التمكينية التي تتيح مشاركة متوازنة في إحداث التنمية من قبل قطاعات المجتمع الحكومي والخاص وهذا ناتج عن الجمود التنظيمي والتشريعي.

(ن) غياب الثقافة العلمية التكنولوجية:

من الأسباب المؤدية للضجوة الرقمية غياب الثقافة العلمية التكنولوجية وحتى يتم التغلب على هذه الضجوة لابد من أن تكون هذه الثقافة موجودة لدى جميع شعوب الدول النامية.

❖ سد الضجوة الرقمية

إن سد الضجوة الرقمية لا يقتصر على توفير البنية التحتية الكفيلة بضمان الربط والنفاذ إلى شبكات الاتصال بما فيها الانترنت على أهميتها فحسب بل يتعدى ذلك إلى ضمان العوامل الأساسية المتمثلة في:

1. توفير المحتوى اللائم لكل مجتمع بحيث يخدم مصالح افراده ويستجيب لحاجياتهم.
2. توفير الاطار التنظيمي الذي يضمن لكل شخص ينوي استعمال هذه التكنولوجيات، الجودة والسلامة اللازمين.
3. التحسيس من اجل انخراط كافة مكونات المجتمع في هذه التوجهات.
4. أهمية وضع الاطر القانونية التي تضمن حقوق وواجبات كل الأطراف المعنية، مما سيساهم في تطوير ودفع استعمال الوسائل والتقنيات الحديثة للاتصالات وذلك بهدف تقليص الضجوة الرقمية.

« الوحدة الرابعة »

الإنترنت
(مفهومه، مراحله تطوره،
وخدماته)

الوحدة الرابعة

الإنترنت (مفهومه، مراحل تطوره، وخدماته)

❖ تعريف الإنترنت:

(الإنترنت أو الإنترنتات أو الأنترنت أو الأنترنت أو الشبكة العنكبوتية (بالإنجليزية: Internet)) هي مجموعة متصلة من شبكات الحاسوب التي تضم الحواسيب المرتبطة حول العالم، والتي تقوم بتبادل البيانات فيما بينها بواسطة تبديل الحزم باتباع بروتوكول الإنترنت الموحد (IP). تقدم الإنترنت العديد من الخدمات مثل الشبكة العنكبوتية العالمية (الويب)، وتقنيات التخاطب، والبريد الإلكتروني، وبروتوكولات نقل الملفات FTP. تمثل الإنترنت اليوم ظاهرة لها تأثيرها الاجتماعي والثقافي في جميع بقاع العالم، وقد أدت إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل والتعليم والتجارة وبرز شكل آخر لمجتمع المعلومات.

إذا فالإنترنت هو نظام ووسيلة اتصال من الشبكات الحاسوبية يصل ما بين حواسيب حول العالم ببروتوكول موحد هو بروتوكول إنترنت. تربط الإنترنت ما بين ملايين الشبكات الخاصة والعامة في المؤسسات الأكاديمية والحكومية ومؤسسات الأعمال وتتباين في نطاقها ما بين المحلي والعالمي

وتتصل شبكة الإنترنت ببعضها بتقنيات مختلفة، من الأسلاك النحاسية والألياف البصرية والوصلات اللاسلكية، كما تتباين تلك الشبكات في بنيتها الداخلية تقنيا وإداريا، إذ تدار كل منها بمعزل عن الأخرى لا مركزيا ولا تعتمد أيا منها في تشغيلها على الأخرى.

تحمل الإنترنت اليوم قدراً عظيماً من البيانات والخدمات، وربما كان أكثرها شيوعاً اليوم صفحات النصوص الفائقة المنتشرة على الويب كما أنها

تحميل خدمات وتطبيقات أخرى مثل البريد وخدمات التخاطب الفوري، وبرتوكولات نقل الملفات، والاتصال الصوتي وغيرها.

ومثل الطفرات في وسائل الاتصال عبر التاريخ أضحت للإنترنت اليوم آثار اجتماعية وثقافية في جميع بقاع العالم، وقد أدت إلى تغيير المفاهيم التقليدية لعدة مجالات مثل العمل والتعليم والتجارة وبرز شكل آخر لاجتماع المعلومات.

❖ تعريفات أخرى للإنترنت

- شبكة حاسوب عالمية ضخمة جداً، تربط بين شبكات وأجهزة الحاسب في مختلف أنحاء العالم.
- خط المعلومات السريع.
- شبكة من الشبكات.

❖ مصطلح "إنترنت" (Internet)،

هو اختصار لتعبير network Interconnected ويعني "الشبكة المترابطة". ومن الجدير ملاحظة أن خطأ شائعاً يتمثل في المصادفة بين مصطلحات "إنترنت" و"الشبكة العنكبوتية العالمية" (World Wide Web)، ومن هنا جاءت عبارة WWW التي نكتبها قبل كل موقع أو قبل كل عنوان لصفحة ويب ما، إذ أن الأولى تعني الشبكة "الفيزيائية" المكونة من أجهزة حاسوب مترابطة فيما بينها سلكياً (كالتى تستعمل الألياف بصرية) أو لاسلكياً (Wireless) (كالتى تستعمل الساتل)، فيما تمثل الثانية والمعروفة اختصاراً بـ"ويب" شبكة البيانات والموارد الأخرى الافتراضية المترابطة بوصلات (Hyperlinks) أو عناوين (URL). وبعبارة أوضح فإن الويب ليس إلا أحد الخدمات التى توفرها الإنترنت مثل البريد الإلكتروني ونقل الملفات والمعلومات والتخاطب الآنى.

❖ نظرة تاريخية:

ظهرت الإنترنت نتيجة لمشروع أريانت الذي أطلق عام 1969، وهو مشروع من وزارة دفاع الولايات المتحدة. أنشئ هذا المشروع من أجل مساعدة الجيش الأمريكي عبر شبكات الحاسب الآلي وربط الجامعات ومؤسسات الأبحاث لاستغلال أمثل للقدرات الحسابية للحواسيب المتوفرة.

وفي الأول من يناير 1983 استبدلت وزارة دفاع الولايات المتحدة البروتوكول NCP المعمول به في الشبكة واستعاضت عنه بميثاق حزمة مواثيق (بروتوكولات) الإنترنت. من الأمور التي أسهمت في نمو الشبكة هو ربط "المؤسسة الوطنية للعلوم" جامعات الولايات المتحدة الأمريكية بعضها ببعض مما سهل عملية الاتصال بين طلبة الجامعات وتبادل الرسائل الإلكترونية والمعلومات، بدخول الجامعات إلى الشبكة، أخذت الشبكة في التوسع والتقدم وأخذ طلبة الجامعات يسهمون بمعلوماتهم ورأى النور المتصفح "موزاييك"، والباحث "جوفر" و "آرشي" بل إن الشركة العملاقة "نتسكيب" هي في الأصل من جهود طلبة الجامعة قبل أن يتبنّاها العقل التجاري ويوصلها إلى ما آلت إليه فيما بعد. مهندسوا الشبكة (الإنترنت) هم أحد عوامل نجاح الشبكة حيث أن الهيئة عامة ومفتوحة للجميع. فلولا الإنترنت، ما كنت لتجلس في بيتك وتقرأ هذا المقال ولما قامت العديد من الشركات الكبرى اليوم التي تعتمد على تزويد الخدمات في شبكة الإنترنت. وهناك تطور المتصفح للويب violawww، استنادا إلى ما كان يعرف باسم hypercard ونحقه متصفح ويب موزاييك. وفي عام 1993، وفي المركز الوطني لتطبيقات الحوسبة الفائقة في جامعة إلينوي تم إصدار نسخة 1.0 من موزايك (متصفح وب)، وبحلول أواخر عام 1994 كان هناك تزايد ملحوظ في اهتمام الجمهور بها كان سابقا اهتمام تلاكاديمين فقط. وبحلول عام 1996 صار استخدام كلمة الشبكة قد أصبح شائعا، وبالتالي، كان ذلك سببا للخلط في استعمال كلمة إنترنت على أنها إشارة إلى الشبكة العالمية الويب.

وفي غضون ذلك، وعلى مدار العقد، زاد استخدام الإنترنت بشكل مطرد. وخلال التسعينات، كانت التقديرات تشير إلى أن الشبكة قد زاد بنسبة 100% سنوياً، ومع فترة وجيزة من النمو الانفجاري في عامي 1996 و1997. وهذا النمو هو في كثير من الأحيان يرجع إلى عدم وجود الإدارة المركزية، مما يتيح النمو العضوي للشبكة، وكذلك بسبب الملكية المفتوحة لمواثيق (بروتوكولات) الإنترنت، التي تشجع الأشخاص والشركات على تطوير أنظمة وبيعها وهي أيضاً تمنع شركة واحدة من ممارسة الكثير من السيطرة على الشبكة. بدأت شركات الاتصالات بتوفير خدمة الدخول ISP على الإنترنت بواسطة الشبكة الهاتفية عام (1995).

❖ أهم مراحل في تاريخ نشأة شبكة "الإنترنت"،

- 1969 وضعت أول أربعة نقاط اتصال لشبكة "أريانيت" في مواقع جامعات أمريكية منتقاة بعناية.
- 1972 أول عرض عام لشبكة "أريانيت" في مؤتمر العاصمة واشنطن بعنوان العالم يريد أن يتصل، والسيد راي توملنس يخترع البريد الإلكتروني ويرسل أول رسالة على "أريانيت".
- 1973 إضافة النرويج وإنجلترا إلى الشبكة.
- 1974 الإعلان من تفاصيل بروتوكول التحكم بالنقل، إحدى التقنيات التي ستحدد "إنترنت"
- 1977 أصبحت شركات الكمبيوتر تبذل مواقع خاصة بها على الشبكة
- 1983 أصبح البروتوكول TCP/IP معيارياً لشبكة "أريانيت"
- 1984 أخذت مؤسسة العلوم الأمريكية NSF على عاتقها مسئولية "أريانيت"، وتقديم نظام إعطاء أسماء لأجهزة الكمبيوتر المتصلة بالشبكة المسمى Domain Name System (DNS)
- 1985 أول شركة كمبيوتر تسجل ملكية "إنترنت" خاصة بها
- 1986 أنشأت مؤسسة العلوم العالمية شبكتها الأسرع TNSFNE مع ظهور بروتوكول نقل الأخبار الشبكية Network News Transfer Protocol
- جاءت أندية النقاش التفاعلي المباشر أمراً ممكناً، وإحدى شركات الكمبيوتر تبني أول جدار حماية لشبكة "إنترنت".

- 1990 تم إطلاق "أربانيت" و"إنترنت" لتتولى المهمة بالمقابل
- 1991 جامعة ميثيسون الأمريكية تقدم برنامج "غوفر" Gopher وهو برنامج لاسترجاع المعلومات من الأجهزة الخادمة في الشبكة.
- 1992 مؤسسة الأبحاث الفيزيائية العالمية CERN في سويسرا، تقدم شيفرة النص المترابط Hypertext المبدأ البرمجي الذي أدى إلى تطوير الشبكة العالمية Word Wide Web
- 1993 قد ابتداء الإبحار، من خلال إصدار أول برنامج مستعرض الشبكة "موزاييك" ثم تبعه آخرون مثل برنامج "نمكيك" وبرنامج "مايكروسوفت"، الرئيس الأمريكي كلينتون يطلق صفحته الخاصة على الشبكة العالمية <http://whitehouse.gov/wh/welcome.html>
- 1995 الصل بشبكة "إنترنت" ستة ملايين جهاز خادم و50.000 شبكة، وإحدى شركات الكمبيوتر تطلق برنامج البحث في الشبكة العالمية.
- 1996 أصبحت "إنترنت" و"وب" كلمات متداولة عبر العالم. في الشرق الأوسط أصبحت "إنترنت" من المواضيع الساخنة، ابتداء من التصميم الأول لشبكة وحتى اليوم، وأصبح هناك عدد من مزودي خدمة "إنترنت" يقدمون خدماتهم.

❖ أهم المحطات في تاريخ الإنترنت:

☒ الخمسينيات من القرن الماضي:

- 1957 الاتحاد السوفيتي يطلق أول قمر صناعي sputnik ردت عليه الولايات المتحدة بتأسيس وكالة مشروع الأبحاث المتطورة بتمويل من وزارة الدفاع الأمريكية (ADVANCED RESEARCH PROJECT AGENCY)

☒ الستينات من القرن الماضي

- 1967 أول ورقة تصميم ARPA NET تنتشر بواسطة لورانس روبرت
- 1969 يتم تأسيس شركة ARPA NET بتمويل من وزارة الدفاع الأمريكية (DOD) لإجراء بحوث على الشبكات

☐ التسهيلات من القرن الماضي:

- 1990 نشأت ARCHIE
- 1990 أصبحت شركة THE WORLD COMES ON LINE كاول شركة تجارية توفر خدمة الإنترنت
- 1991 تونس ترتبط بالإنترنت كاول دولة عربية ترتبط بالشبكة
- 1991 نشأت WAIS و GOPHER و WWW
- 1992 تأسست جمعية الإنترنت INTER NET SOCIETY وتجاوز عدد النظم المضيفه مليون جهاز
- 1992 الكويت ترتبط بالإنترنت
- 1992 البنك الدولي يرتبط بالإنترنت
- 1993 البيت الأبيض والامم المتحدة يرتبطان بالانترنت
- 1993 مصر والإمارات يرتبطان بالانترنت
- 1993 انتشار MOSAIC و GOPHER و WWW بشكل واسع
- 1994 انتشار التسوق عبر الانترنت والشركات تدخل الشبكة بشكل واسع
- 1994 لبنان والمغرب يرتبطان بالانترنت
- 1995 AMERICA ON LINE و COMPUSERVER و PRODIGY يعملون مما لتوفير الخدمة للمشاركين
- 1995 طرح JAVA في الاسواق
- 1996 انعقاد اول معرض دولي للانترنت
- 1996 قطر وسوريا ترتبطان بالانترنت
- 1999 المملكة العربية السعودية ترتبط بالانترنت

❖ آلية عمل الانترنت:

على غير ما هو متوقع، فإن شبكة إنترنت تعتمد على ما يعرف في علم تصميم الشبكات بأنه "تصميم سهل"، لأن شبكة الإنترنت تقوم بعمل وحيد أولي وبسيط، وهو إيصال رسالة رقمية بين عقدتين لكل منهما عنوان مميز بطريق "التخزين والتمرير" store and forward بين عقد عديدة ما بين العقدة المرسله والعقدة المستقبلة، وبحيث لا يمكن التنبؤ مسبقا بالمسار الذي ستأخذه الرسالة عبر

الشبكة كما يمكن أن تقسم الرسالة إلى أجزاء يتخذ كلا منها مساراً مختلفاً وتصل في ترتيب غير ترتيبها الأصلي الذي يكون على العقدة المتلقية أن تعيد ترتيب الرسالة.

لا تضع إنترنت أي افتراضات مسبقة عن طبيعة الرسالة وفحواها أو الهدف من إرسالها أو كيفية استخدامها ولا تحاول إجراء أي معالجات على الرسالة أو محتواها غير ما يتطلبه إرسالها بين النقطتين. كل "الذكاء" الظاهري الذي تبديه الشبكة يكمن في الواقع في طبقة التطبيقات التي تعلق طبقة النقل، وكل القيمة المضافة في عمل الشبكة تكمن على أطرافها وليس في قلبها الذي يتكون من المسيررات (routers) لا تفرق بين الرسائل، سواء كان ما تحمله رسالة بريدية، أو سيل فيديو أو بيانات لأي تطبيق أو خدمة أخرى من الخدمات المبنية فوق شبكة الإنترنت.

فوق هذه البنية التحتية لإيصال البيانات تنبني تطبيقات عديدة مثل البريد ونقل الملفات والنسياب الفيديو والصوت والمحادثة والردشة وغيرها الكثير، وبواسطتها يمكن نقل أي بيانات رقمية.

الإنترنت بحد ذاته لا يحوي معلومات وإنما هو وسيلة لنقل المعلومات المخزنة في الملفات أو الوثائق في جهاز الحاسوب الآلي إلى جهاز حاسوب آلي آخر، ولذلك من الأخطاء الشائعة القول بأن المعلومة وجدت في الإنترنت والصحيح القول بأن المعلومة وجدت عن طريق استخدام شبكة الإنترنت.

منذ البداية خلطت شبكة الإنترنت لتكون شبه خالية من العطل. أهم عنصر هو خلوها من عقدة رئيسية أو مكان رئيسي يتوجب على الخطوط المرور به. وهكذا يوجد عدد من الخطوط البديلة عندما ترسل معلوماتك عبر الشبكة وتحدد الطريق فقط عند نقل المعلومة حسب مدى شغور الخط من الضغط وعند تعطل خط يجري استخدام خط آخر صالح. إن هذه اللامركزية في الجانب التقني لم يتم إتباعها في الجانب الإداري للشبكة، فما يسمى حكومة الإنترنت أي ICANN

← الإنترنت (مفهوم، مراحل تطوره، خدماته)

هي الهيئة المشرفة دولياً على إصدار عناوين الإنترنت وتقتبع بشكل غير مباشر للولايات المتحدة الأمريكية وسيتم التفصيل عنها خلال المادة التالية.

❖ تطبيقات الإنترنت في الاتصالات:

(أ) محركات وأدلة البحث:

هي برامج متخصصة في الشبكة الاتصالية تفيد المستخدم وتسهل عليه عثاء البحث الطويل، حيث يقوم المستخدم بوضع كلمات البحث لكي يتم البحث عنها، وهي متصلة بمواقع كثيرة لكي يتم استخراج المعلومات والبيانات المبحوث منها ومن أشهرها محرك البحث العملاق جوجل.

(ب) الشبكة العنكبوتية العالمية.

(ج) البريد الإلكتروني:

هو برنامج معد مسبق من قبل شركات معينة، تفيد المستخدم في تبادل الرسائل الإلكترونية بسرمة فائقة، وأقصد هنا بالرسائل الإلكترونية المعلومات والبيانات والصور، ومن أشهر مواقع الايميلات الهوتميل والجي ميل.

(د) مواقع الوسائط الاجتماعية:

يتم فيها تبادل الأخبار الاجتماعية بين أفراد المجتمع، وهي عبارة عن مواقع يشترك فيها المستخدمون لتبادل الآراء والأفكار.

(هـ) مواقع الويب

هي برامج لتتيح وتعرض المعلومات والبيانات وهي في الأصل أرقام ولكن يتم ترجمتها إلى كلمات وتعرض لك أيها المستخدم على الشاشة.

(و) الاجتماعات والمؤتمرات:

يستطيع مستخدم الشبكة (الإنترنت) أن يشاهد ما يعرض في الاجتماعات والمؤتمرات من خلال برامج نقل الصورة والصوت عبر الشبكة بكل سهولة.

(ز) الجامعة الالكترونية:

وهي مؤسسات جديدة تستخدم الإنترنت كوسيلة لنشر المعرفة والارتباط بالطلبة، وقائلاً ما تعتمد على منتديات الجامعة التي تمكنها من سرعة التواصل وتفتح مجالاً مباشراً للنقاش والحوار بين الطلبة والأساتذة والدكاترة، طلاب العلاقات العامة

❖ العناصر الرئيسية التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت:

ويمكن أجمال العناصر الرئيسية التي تشتمل عليها شبكة الإنترنت كما يلي

1. مستخدمو الشبكة باختلاف مشاريعهم وأذواقهم وآرائهم وحاجاتهم الاتصالية والإعلامية التي تدفعهم لاستخدام الشبكة.
2. الخدمات المقدمة من الشبكة: وهي تتنوع بتنوع المعارف والعلوم وحاجات مستخدمي الشبكة والحاجات الإنسانية، مثل البريد الإلكتروني، المجموعات الإخبارية، المنتديات، المروشة.
3. التقنيات المستخدمة في الشبكة: وهي "تنقسم إلى قسمين هما: القسم الأول الأجهزة الحاسوبية المستخدمة للارتباط بالشبكة Hardware وما يتصل بهذه الأجهزة الحاسوبية مثل الفاكس مودم، والبطاقات المساعدة مثل بطاقات الصوت، والشاشة، وغيرها. أما القسم الثاني فيتكون من البرامج اللازمة للارتباط بالشبكة Software كبرامج الوسائط المتعددة

Multimedia مثل Real Player وبرامج التصفح مثل
Internet Explorer وغيرها⁽¹⁾.

❖ السير تيم بيرنرز مخترع الانترنت

تخرج تيم بيرنرز لي من كلية الملكة في جامعة أكسفورد بإنجلترا سنة 1976، وقضى سنتين مع شركة بليسي للاتصالات السلكية واللاسلكية المصنع الرئيسي لأجهزة تيليكوم في المملكة المتحدة، وعمل في قسم نظم المبادلات التجارية وسباقات الرسائل وتكنولوجيا شفرة التعرف. وفي سنة 1978 ترك بليسي للانضمام إلى د.ج. فاش، حيث كتب من بين ما كتب برامج طباعة للطابعات النكية، ونظم التشغيل متعدد المهام ومعالج البيانات الشامل. generic macro expander.

• تيم بيرنرز مبتكر الويب

من سنة 1981 وحتى سنة 1984 كان تيم المدير المؤسس لشركة "Image Computer Systems Ltd"، بالإضافة إلى دوره كمسؤول التصميم التقني، وفي 1984 وبالزمانة مع سيرن اهتم بالعمل في النظم السريعة والموزعة لتجميع البيانات العلمية ونظم التحكم.

وفي 1989، اقترح مشروع لغة تعليم النص المترابط أو ما يدعى بالنص العالمي المترابط، وهو ما صُرف فيما بعد بالشبكة العالمية World Wide Web معتمداً في هذا المشروع على المشروع الأول الذي صممه Enquire، وقد صُمم للسماح للمستخدمين بأن يعملوا معاً، وتوحيد معرفتهم على صفحات ووثائق لغة تعليم النص المترابط. فكما كان تيم هو أول من اكتسب مسزودا للويب World Wide Web، ووضع أسس أول برنامج مستقل لتصفح إنترنت. هذا العمل بدئ في أكتوبر 1990، وكان البرنامج World Wide Web الأول متاحاً من

(1) أسماويل، محمود حسن، 1998 عمم الاتصال والطريات لتكثير، الطبعة الأولى، مكتبة الدار العلمية للنشر والتوزيع، القاهرة ص 62

خلال معهد سيرن في ديسمبر من نفس السنة، وأطلق على الإنترنت في صيف 1991.

وخلال السنتين 1991 و1993، استمر تيم في العمل في تصميم الويب وتنسيق الملاحظات من المستخدمين عبر الإنترنت. وتم مناقشة تعريفاته ومواصفاته الأولى HTML، HTTP، URIs ونقحت ونوقشت في دوائر أكبر عندما انتشرت تكنولوجيا الويب، وفي 1994 انضم تيم إلى مختبر علوم الكمبيوتر Laboratory for Computer Science في معهد ماساتشوستس للتكنولوجيا MIT كمدير لـ W3C التي تنسق نمو W3C في كل أنحاء العالم، ومع الفرق العاملة في MIT و INRIA في فرنسا أخذت المجموعة تتحقق من إمكانية الويب الكاملة، وضمانات استقراره خلال التطور السريع والتحولات الجديدة لاستعماله اللغوي.

وفي سنة 1995، تسلم تيم بيرنرز - لي جائزة مبتكر العام Young Innovator of the Year، وجائزة ACM Software Systems Award وغيرها الكثير من الجوائز الإبداعية الهامة من عدة شركات ومؤسسات، ولديه درجات شرف من مدرسة Parsons School of Design للتصميم، في نيويورك وجامعة ساوثامبتون Southampton University والرجل المتميز في جمعية الكمبيوتر البريطانية.

❖ استخدامات الإنترنت:

تستخدم الشبكة في مجالات عديدة، لما تقدمه من خدمات معلوماتية وخدمة البريد الإلكتروني، كما أنها توفر النفقات المالية بالمقارنة مع أنظمة البريد العادية، فهي تستخدم في المجالات التالية:

1. الخدمات المالية والمصرفية:

أن غالبية البنوك تستخدم الشبكة في أعمالها اليومية، متابعة البورصات العالمية، وأخبار الاقتصاد.

2. التعليم.

يوجد لشبكة المعلومات استخدامات في غاية الأهمية للجامعات والمدارس ومراكز الأبحاث، حيث يمكن من خلالها نقل وتبادل المعلومات بينها، ونشر الأبحاث العلمية، كما يستطيع الباحث الحصول على المعلومات المطلوبة من المكتبات العامة أو من مراكز المعلومات بسرعة كبيرة جداً بالمقارنة مع الطرق التقليدية. ويمكن الاستفادة من الشبكة في عملية التعلم عن بعد بصورة كبيرة جداً.

3. الصحافة:

أصبح الآن ليس صعباً نقل الأخبار من دولة إلى أخرى أو مكان إلى آخر بعد استخدام شبكة "إنترنت"، فيستطيع الصحفي كتابة الموضوع أو المقال الذي يريده ثم نقله وبسرعة إلى المحررين في الصحيفة أو المجلة التي يعمل بها.

وهناك استخدامات أخرى منها استخدام الشبكة في الحكومة، المنزل، الشركات، السياحة،... الخ.

4. البريد الإلكتروني:

هو وسيلة لتبادل رسائل رقمية عبر الإنترنت أو غيرها من شبكات حاسوبية.

في بداياته كان الترسل بالبريد يتوجب دخول كلاس من المرسل (الراسل) والمرسل إليه إلى الشبكة في الوقت ذاته لتنتقل الرسالة بينهما آنياً كما هو الحال في محادثات الترسل اللحظي المعروفة اليوم، إلا أن البريد الإلكتروني لاحقاً أصبح

مبنيا على مبدأ التخزين والتمرير، حيث تُحفظ الرسائل الواردة في صندوق بريد المستخدمين ليطلعوا عليها في الوقت الذي يشاؤون.

هزت بدايات ما أصبح لاحقا البريد الإلكتروني على شبكة أريانت، سلف الإنترنت التي تعرفها اليوم، وتطور في مراحل عديدة كان من بينها أن أرسل راي توملينسون سنة 1971 أول رسالة تستخدم الرمز "@" للفصل بين اسم المستخدم عنوان الحاسوب كما استقر عليه الوضع اليوم. ومع هذا لا يوجد مخترع فرد للبريد الإلكتروني إذ أنه تطور في عدة خطوات أسلمت كل منها إلى التالية:

• مميزات البريد الإلكتروني:

1. إمكانية إرسال رسالة إلى عدة متلقين.
2. إرسال رسالة تتضمن نصا صوتيا أو فيديو والصور والخرائط.
3. السرعة في إرسال الرسائل حيث لا تستغرق إرسال الرسالة بضع ثوانٍ فقط لكي تصل إلى المرسل إليه وفي حال عدم وصول الرسالة فإن البرنامج يحيط المرسل علما بذلك.
4. يمكن للمستخدم أن يستخرج الرسائل من صندوق البريد عن طريق برنامج البريد الذي يمكن المستخدم من مشاهدة الرسائل وبناء على رغبته إذا شاء أن يرسل جوابا لأي منها وعندما يبدأ طلب بريد الإلكتروني يتم إخبار المستخدم بوجود رسائل بالانتظار في صندوق البريد عن طريق عرض سطر واحد لكل رسالة بالبريد الإلكتروني قد وصلت السطر يعطي اسم المرسل ووقت وصول الرسالة وطول الرسالة في القائمة.
5. يمكن للمستخدم أن يختار رسالة من الموجز وفضاء البريد الإلكتروني يعرض محتوياتها وبعد مشاهدة الرسالة على المستخدم أن يختار العملية التي يرغب فيها فإذا أن يرد على المرسل أو يترك الرسالة في صندوق البريد لمشاهدتها ثانية عند الحاجة أو يحتفظ بنسخة عن الرسالة في ملف أو التخلص من الرسالة بالقائها.

• أمن البريد الإلكتروني:

أمن البريد الإلكتروني هو الوسيلة الأساسية لقطاع الأعمال والاتصالات، يزداد استخدامه يوماً بعد يوم. يستخدم لنقل الرسائل القصية ونقل المستندات وقواعد البيانات، وبما أن عملية نقل البيانات عملية حساسة جداً فسلامة هذه البيانات هي موضع تساؤل، وهذا يمثل مشكلة؛ فالباب مفتوح على تفاصيل العقود بين الشركات المتنافسة والأسوأ من ذلك أن هناك قدرات لتزوير الرسائل الكهنيونية، وهناك عدد من الاعتداءات مبلغ عنها من هذا القبيل.

5. الشبكة العنكبوتية العالمية:

الكثير من الناس يستعملون مصطلحي الإنترنت والشبكة العالمية (أو ويب فقط) على أنهما متشابهان أو الشيء ذاته، لكن في الحقيقة المصطلحين غير مترادفين

يمكن تعريف الإنترنت بأنه هو مجموعة من شبكات الحواسيب المتصلة معاً عن طريق أسلاك نحاسية وكابلات ألياف بصرية وتوصيلات لاسلكية وما إلى ذلك، على العكس من ذلك، الويب هو مجموعة من الوثائق والمصادر المتصلة معاً، مرتبطة مع بعضها البعض عن طريق روابط فائقة وعناوين إنترنت بشكل آخر.

بينما الويب أو الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web) أو اختصاراً ويب وهي نظام من مستندات النص الفائقة المرتبطة ببعضها تعمل فوق الإنترنت. ويستطيع المستخدم تصفح هذه المستندات باستخدام متصفح ويب، كما يستطيع التنقل بين هذه الصفحات عبر وصلات النص الفائقة، وتحوي هذه المستندات على نص صرّف، صور ووسائط متعددة.

تم إنشاؤها سنة 1989م، وكان الغرض منها تيسير الاتصال بين المنظمات الأوروبية المجتمعة في سويسرا. والويب نظام للترابط بين النصوص في الشبكة

(الإنترنت) هذا الترابط المتداخل (Hyperlinking) بين النصوص في الشبكة (الإنترنت) يسمح بالانتقال فيما بين الصفحات باستعمال متصفح إنترنت، وصفحات الويب من الممكن أن تحتوي على نصوص، وصور، وأصوات، ومرئيات (فيديو)، وصور متحركة، وبرامج تفاعلية، وغير ذلك. ويقوم بتوفير هذه الصفحات في الشبكة (الإنترنت) مخدم (ويب سيرفر). ويقوم هذا المخدم بإرسال الصفحات، ومحتوياتها بناء على الطلب من متصفح الشبكة.

ومن أهم الأدوات في شبكة الويب هي محركات البحث إذ أنه بسبب ضخامة (الشبكة (الإنترنت))، هناك حاجة لاستعمال خدمات البحث في الإنترنت لإيجاد المعلومات المطلوبة.

عليه يمكن القول أن الشبكة العالمية واحدة من الخدمات التي يمكن الوصول إليها من خلال الإنترنت؛ مثلها مثل البريد الإلكتروني ومشاركة الملفات وغيرها.

إن البرامج التي يمكنها الدخول إلى مصادر الويب تسمى عميل المستخدم. في الحالة العادية، متصفحات الويب مثل إنترنت إكسبلورر أو فيرفكس تقوم الدخول إلى صفحات الويب وتمكن المستخدم من التجول من صفحة لأخرى من طريق الروابط الفائقة. صفحة الويب يمكن تقريباً أن تحتوي مزيج من بيانات الحاسوب بما فيها الصور الفوتوغرافية، الرسوميات، الصوتيات، النصوص، الفيديو، الوسائط المتعددة ومحتويات تفاعلية بما في ذلك الألعاب وغيرها.

6. الدخول من بعد (المشاركة)؛

يسمح الإنترنت لمستخدمي الحاسوب أن يتصلوا بحواسيب أخرى وخوادم المعلومات بسهولة، مهما يكن موضعها في العالم. تعرف هذه العملية بالدخول البعادي. بالإمكان عمل ذلك بدون استخدام تقنيات حماية أو تشفير أو استيقان - وهذا يشجع أنواعاً جديدة من العمل المنزلي، ومشاركة المعلومات في العديد من الصناعات وهذه أسهل طريقة في العالم من حيث النوع.

7. الأنظمة التعاونية:

لقد أدى انخفاض تكلفة الاتصال عبر الإنترنت وتبادل الأفكار والمعارف، والمهارات إلى تطور العمل التعاوني بشكل كبير وظهور الأنظمة التعاونية. ليس بالإمكان فقط الاتصال بشكل رخيص وعلى نطاق واسع عبر الشبكة (الإنترنت) ولكن يسمح لمجموعات لها نفس الاهتمامات أن تنشئ مواقع مشتركة بسهولة، ومثال على ذلك حركة البرمجيات الحرة في تطوير البرمجيات، والتي انتجت نظام لينكس وجنو GNU من الصفر وتولت تطوير موزيلا و OpenOffice.org (المعروفة سابقا باسم نتسكيب محاور وستار أوفيس). أفلام مثل روح العصر Zeitgeist كان لها تغطية واسعة النطاق على الإنترنت، في حين يجري تجاهلها تقريبا في وسائل الاعلام الرئيسية.

الردشة عبر الإنترنت وسواء كان في شكل IRC أو القنوات، أو عن طريق المراسلة الفورية يسمح للزملاء البقاء على اتصال دائم عن طريق وسيلة مريحة للغاية تعمل في حواسيبهم طول الوقت. ويجري تبادل للملفات سواء كانت تحتوي على الصوت والصور أو أي نوع آخر من الملفات وتدعم العمل المشترك بين أعضاء الفريق.

نظم التحكم في نسخ الإصدار تسمح لفريق العمل المشتركة والماملة على مجموعات من الوثائق التعاون في عملها. وهكذا يجري تصادي مسح ما مكتبه زميل آخر دون قصد ويتمكن كل أعضاء الفريق المتعاون من إنشاء الوثائق وللمل من إضافة أفكارهم وإضافة التغييرات.

توجد حاليا أنظمة أخرى في هذا المجال مثل مفكرة جوجل google calendar، أو BSCW أو نظام شير بوينت.

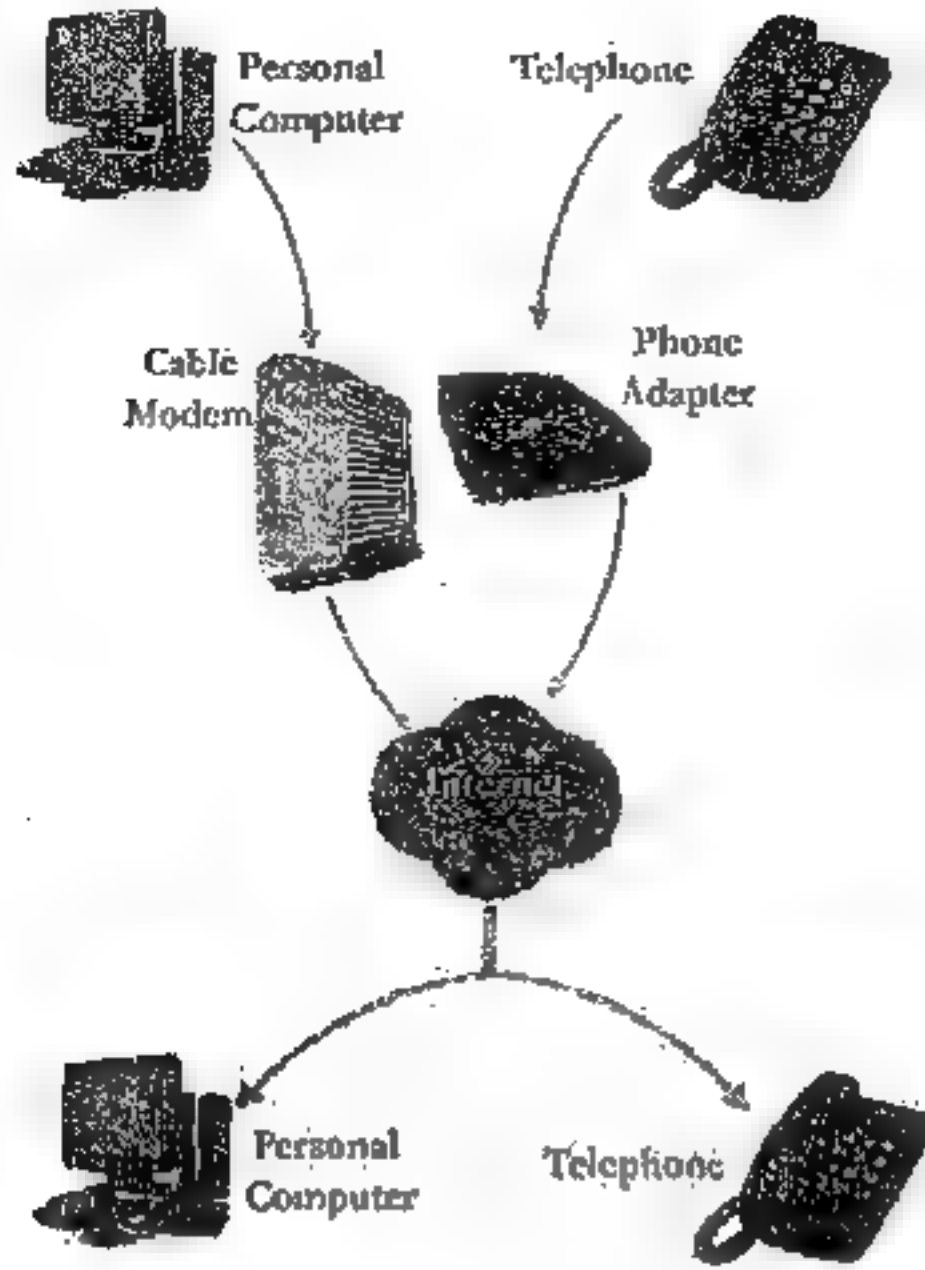
8. الاتصال الصوتي (Voip):

الصوت عبر الإنترنت أو كما يصطلح عليه بتقنية الـ (Voip) يعتمد على نقل الصوت خلال ميثاق (بروتوكول) الإنترنت.



الشكل (1-4) صورة تعبيرية من تقنية الاتصال الصوتي (Voip)

وحدات هذه الظاهرة كاختيار وأداة مساعدة لأنظمة دردشة IRC لنقل الصوت في اتجاه واحد. في السنوات الأخيرة انتشرت العديد من أنظمة VoIP كما أصبحت سهلة الاستخدام ومريحة كأى هاتف عادي. أن هذه الأنظمة هي استخدام واسع للإنترنت ذات تكلفة أقل بكثير من المكالمات الهاتفية العادية، وخاصة لمسافات طويلة.



الشكل (2-4) طريقة عمل الاتصال الصوتي (Voip)

لا تزال نوعية الصوت في كثير من الأحيان تختلف من كلمة إلى أخرى وستحتاج إلى بعض الوقت حتى تصبح بنفس النوعية كالهواتف التقليدية، أصبحت ذات شعبية متزايدة في عالم اللعب، باختياره شكلا من أشكال الاتصال بين اللاعبين، من أكثر الأنظمة شعبية في مجال الصوت عبر الإنترنت هو نظام سكايب في الآونة الأخيرة نجد تطور كبير على هذه الخدمة حتى أصبحت بعض هذه المبرمجيات تعطي خدمات تضاهي الاتصال العادي فمثلا أصبحنا نجد في برامج الاتصال الصوتي كل أو بعض الصفات التالية حسب البرنامج:

- انتظار المكالمات
- إرسال رسائل SMS

- إعطاء المتصل أن الخط مشغول.
- تحويل مكالمات إلى جهازك الجوال في حال عدم وجودك عند الانترنت.
- اتصال جماعي.
- إرسال مقطع صوتي تبريد.
- وضع رسالة لإعطاء المتصل انك خارج الخدمة.
- اجراء المكالمات من جوالك إلى اي جوال بالعالم من خلال ربط جوالك بالبرنامج في الكمبيوتر لاسلكيا.

وغيرها الكثير من الميزات.

9. خدمة التلقيم:

خدمة التلقيم هي خدمة تمكن من متابعة ما يصدر في المواقع التي توفرها أولا بأول دون حاجة إلى الدوران عليها لزيارتها من أجل التحقق من إن كان قد نُشر جديد عليها، كما أنها على غير الطريقة التي كانت سائدة مسبقا لا تتطلب فعلا من ناحية الموقع لأن المستخدم هو الذي يطلب هذا النوع من المحتوى بطريق قراءات التلقيمات وقتما يريد بطور التشغيل ذاته الذي تعمل به متصفحات الويب، ولا تتطلب الإفصاح عن أي قدر من البيانات الشخصية من جانب المستخدم للموقع، ولا حتى عنوان البريد الإلكتروني، وبهذا فالمتحكم الوحيد فيها هو المستخدم، ولا يمكن استخدامها بشكل لا يرضيه أو مقروض عليه. تشتمل التلقيمة في أبسط صورها عنوانا وملخصا للموضوع، ورابطة للنص الكامل للخبر على موقع ناشر الموضوع توجد عدة صيغ لنشر التلقيمات، منها RDF

10. التسويق:

التسويق الإلكتروني (Internet marketing) ويعرف أيضا باسم التسويق الرقمي (e-marketing) أو التسويق عبر الشبكة (web marketing)، ويشمل

جميع الأساليب والممارسات ذات الصلة بعالم التسويق عبر الإنترنت وتحسين التجارة الإلكترونية.

• أمثلة على التسويق الإلكتروني:

هناك عدة مواقع تقوم بالتسويق الإلكتروني وتقديم عدة خدمات من أجل السوق، والأمثلة كثيرة على ذلك فمثلا يوجد موقع إلكتروني يكون مخصص بهذا الشأن إلا وهو التسويق الإلكتروني من أجل الترويج للمعلن أو للبضاعة، يقوم في عمله على التسويق والترويج بدون أوراق كالجريدة أو الصحيفة ولكن اعتماده على الإنترنت والموبايل والأجهزة الرقمية الأخرى التي تواكب التطور التكنولوجي، فالعالم اليوم يستخدم التكنولوجيا والتطور في مجمل حياة الفرد اليومية فعملية الشراء والتوزيع والتسويق وعرض الطلب والإنتاج نجدها متطورة بأساليب إلكترونية لم تعد كما كانت عليه من قبل القصد العملية التقليدية لأنها كانت باهظة التكاليف وتأخذ زمن طويل.

• تحديات وفرص التسويق الإلكتروني:

أدى تطور التسويق الإلكتروني إلى توفير فرص حقيقية أمام رجال التسويق والمنظمات المنتجة ومنشآت التوزيع ويمكن تلخيصها في ما يلي:

- عوائق قليلة.
- التفاعل مع العميل.
- الاحتفاظ بالعملاء.
- المساواتية.
- التسويق الجزئي.
- الوظائف المتكاملة.
- القيمة المضافة.
- تعديل مفهوم العنوان.

■ إنهاء دور السوق التقليدي.

■ تفويض العملاء.

● مزايا وعيوب استخدام الانترنت في التسويق:

أولاً: الميزات

- تقنيات التسويق الإلكتروني تسمح بتطوير العلاقة مع الزبائن إلى مستوى لم يبلغ من قبل حيث أصبح التفاعل المتواصل متاح الآن.
- استخدام تقنيات الإبلاغ الطوعي، مثل ملامح الاهتمام يتزايد قبول بين المستخدمين وخاصة منهم أولئك الذين يترددون على الموقع التجاري
- التسويق الإلكتروني يستخدم للحصول على عملاء لتحقيق الفائدة القصوى للبيع على موقع ما وبيع ولاء العملاء.
- استخدام الوسائل الحديثة في حين أن تقع تحت شرط قانوني، الأمر الذي يتطلب من المسؤول عن الموقع إجازة إلى أن وفقاً لقانون حماية البيانات من 6 كانون الثاني/ يناير 1978 (المادة 34)، للمستخدمين الحق في الوصول، وتصحيح وتعديل وحذف البيانات. وكل الأمور المتعلقة بملكية البيانات الشخصية، أو ممارسة حقوقها بموجب قانون حماية البيانات
- يجب على المستخدمين أيضاً أن يكونوا قادرين على اكتشاف وسيلة للاتصال بالمسؤول عن الموقع.
- على اعتبار أن بيئة الإنترنت الآن أصبحت واسعة الانتشار وكذلك نظراً للتطور التقني وزيادة سرعة التصفح أصبح من السهل الحصول على أي معلومة تخص منتج أو خدمة ما على هذه الشبكة، كما أصبح بالإمكان اقتناء تلك السلعة والحصول عليها في زمن وجيز ليتمكن بذلك أي مسوق من الترويج لسلعته وبيعها متخطياً بذلك الحدود الإقليمية لمكان تواجدته وليدخل بسلعته حدود العالمية التي تضمن على الأقل رواجاً أكثر لتلك السلعة أو الخدمة.

- باختصار: جعل التسويق الإلكتروني الحصول على السلعة أو الخدمة ممكناً دون التقيد بالزمان أو المكان.
- يساهم التسويق الإلكتروني في فتح المجال أمام الجميع للتسويق لسلعهم أو خبراتهم دون التمييز بين الشركة العملاقة ذات رأس المال الضخم وبين الفرد العادي أو الشركة الصغيرة محدودة الموارد.
- تمتاز آليات وطرق التسويق الإلكتروني بالتكلفة المنخفضة والسهولة في التنفيذ مقارنة بآليات التسويق التقليدي ولئن ننسى بالطبع إمكانية تكييف نفعات تصميم المتجر الإلكتروني والدعاية له وإشهاره بصورة مجانية أو بمقابل مادي وفق الميزانية المحددة له في حين يبدو من الصعب تطبيق مثل هذه الآليات على النشاط التجاري التقليدي.
- من خلال استخدام التقنيات البرمجية المصاحبة لبيئة التسويق الإلكتروني وعمليات الدعاية في هذه البيئة الرقمية يمكن ببساطة تقييم وقياس مدى النجاح في أي حملة إعلانية وتحديد نقاط الضعف والقوة فيها كما يمكن توجيهه أو تحديد التوزيع الجغرافي للشرائح المقصودة بهذه الحملات وغير ذلك من الأهداف والتي تبدو صعوبة التحقيق عند استخدام الوسائل التقليدية.




ثانياً: السيئات

إن سيئات التسويق عبر الإنترنت قليلة ويمكن أن يكون أهمها أنه قد يلقي السوق بعض المقاومة من بعض الزبائن معتبرين هذا النوع من التسويق تطفلاً أو العكس سائلاً للذاتية.

❖ استخدام الإنترنت في العالم والوطن العربي:

بلغ عدد مستخدمي الإنترنت في العالم 1.319 مليار شخص في ديسمبر 2007، وتعد الصين أولى دول العالم في عدد مستخدمي الإنترنت الذين بلغ عددهم فيها 221 مليون شخص في شهر فبراير 2008

أما في الوطن العربي فأن الجدول التالي فهو يمثل نسبة مستخدمي الانترنت في البلدان العربية الى عدد السكان (علما ان هذه الإحصائيات تعود للعام 2009 والغالب فقد حصل ازدياد على نسبة المستخدمين في الجدول)

البلد	عدد السكان التقريبي	نسبة مستخدمي الانترنت
 الجزائر	2.30 مليون	6.2%
 السودان	4.01 مليون	7.6%
 السعودية	9.27 مليون	34.7%
 العراق	3.22 مليون	12%
 الإمارات	1.77 مليون	35.3%
 سوريا	1.9 مليون	5.94%
 تونس	1.17 مليون	11.7%
 الكويت	724 ألف	26.2%
 الأردن	2,7 مليون	31.9%
 لبنان	617 ألف	15.8%
 اليمن	337 ألف	1.3%
 عمان	288 ألف	10.2%
 فلسطين	246 ألف	7.9%
 قطر	222 ألف	28.3%
 ليبيا	851 آلاف	14.84%
 البحرين	157 ألف	21.2%
 الصومال	90 ألف	0.7%
 موريتانيا	21.7 ألف	0.9%
 جيبوتي	10 آلاف	1.1%
 مصر	11.48 ملايين	15.6%
 المغرب	14.27 مليون	42.8%

لقد تضاعفت عدد مستخدمي الإنترنت في العالم العربي خلال السنوات الثماني الماضية بنسبة 1200 بالمائة، بحسب ائتلاف الأمم المتحدة العالي لتقنية المعلومات والاتصالات والتنمية.

لقد ظهرت خدمة الإنترنت في الوطن العربي متأخرة عن ظهور الشبكة في البلدان الأخرى، حيث ظهرت في السنوات الأولى من التسعينات مجموعة من المواقع العربية التي تتعامل باللغة الانجليزية. ويعتبر موقع الشبكة العربية (Arab Net) من المواقع العربية الأولى التي دخلت عالم الإنترنت، والذي تأسس من قبل الشبكة السعودية للأبحاث والتسويق في لندن. وظهر هذا الموقع تقريبا في أواخر 1994 وبدايات 1995. ومن ثم دخلت الكويت هذا المجال عبر الشبكة الكويتية وبعدها توالى مختلف الدول العربية والمؤسسات العربية في الدخول الى الإنترنت.

ارتفع عدد مستخدمي الإنترنت في الدول العربية بصورة كبيرة، فبحسب إحصاءات أواخر عام 2009 بلغ عدد المتصفحين العرب أكثر من 55 مليون متصفح، أي نحو 17.3% من تعداد سكان الدول العربية، و2.9% من تعداد المستخدمين في العالم، كما أن اللغة العربية تحتل المرتبة الثامنة ضمن أكثر لغات العالم استخداماً للإنترنت.

كما بلغت عدد صفحات الإنترنت العربية حوالي 40 مليون صفحة، بينما يبلغ عدد الصفحات العالمية 40 مليار صفحة.

كل هذه الأرقام والإحصائيات تبين مدى الزيادة في عدد مستخدمي الشبكة العنكبوتية من العرب، بطريقة كبيرة ويتضح ذلك إذا علمنا أن عدد المستخدمين بلغ في سنة 2007 حوالي 24 مليون مستخدم، حيث قفز العدد إلى أكثر من الضعف في ثلاث سنوات فقط.

📌 نظرة تحليلية لأكثر المواقع زيارة في الوطن العربي:

مع هذه الزيادة الكبيرة تنوعت الصفحات التي يدخل عليها المتصفح العربي، وتنوع الغرض من التصفح فبعد قيام مختصين بمتبع المواقع الخمسين الأولى في الوطن العربي (اعتمادا على ترتيب الموقع العالمي اليكسا alexa.com) مع التركيز على الدول (مصر والسعودية والأردن والمغرب والكويت) حصلنا على النتائج التالية:

• المواقع الإسلامية والدينية:

نسبة التصفح لمثل هذه المواقع ضعيفة جدا (صفر % للمواقع الخمسين الأولى) حيث لم يوجد أي موقع إسلامي ضمن المواقع الخمسين الأولى وكان أقرب موقع إسلامي هو طريق الإسلام ويأخذ الترتيب (56) من جملة المواقع التي يتصفحها العرب.

• المواقع الخدمية:

تعد نسبة تصفحها هي الأعلى وتبلغ تقريبا 30 %

• مواقع الدردشة والترفيه:

تمثل مواقع الدردشة والترفيه نسبة كبيرة (20%)

• مواقع الصحافة والأخبار:

نسبة المتصفحين لمواقع الصحف والأخبار (18%)

• المواقع المختصة بالبرمجيات والتكنولوجيا:

تمثل نسبة متصفحي مواقع البرمجيات (12%)

• المواقع المختصة بالرياضة واختيارها:

نسبة الرياضة (6%) وهي نسبة طبيعية وإن كان اهتمام العرب عموماً بالرياضة أعلى بكثير من هذه النسبة.

• مواقع الفن والموسيقى والأفلام:

نسبة متصفحى مواقع الأغاني والأفلام (6%).

• المواقع النسائية:

المواقع النسائية ياشكائها المختصة الأزياء والمكياج والطبخ وغيرها تمثل (2%).

• المواقع العلمية المتخصصة:

المواقع العلمية (صفر%) لا يوجد أي موقع متخصص ضمن المواقع الخمسين الأولى المواقع.

الجدول التالي يبين المواقع التي يتصفحها العرب للخمس دول (مصر والسعودية والأردن والمغرب والكويت) للمواقع الخمسين الأولى عربياً:

المجال	مصر	السعودية	الأردن	المغرب	الكويت
المواقع الإسلامية	(صفر%)	(صفر%)	(صفر%)	(صفر%)	(صفر%)
المواقع الخدمية	(36%)	(36%)	(36%)	(38%)	(36%)
المواقع التجارية والإعلانية	(14%)	(8%)	(6%)	(8%)	(10%)
الترفيه والترفيه	(8%)	(26%)	(8%)	(10%)	(8%)
الصحف والأخبار	(4%)	(4%)	(24%)	(6%)	(10%)
مواقع البرمجيات	(صفر%)	(4%)	(6%)	(6%)	(8%)

المجال	مصر	السعودية	الأردن	المغرب	الكويت
الرياضة	(٦٪)	(٤٪)	(٤٪)	(٦٪)	(صفر٪)
مواقع الأغاني والأفلام	(١٠٪)	(٦٪)	(٢٪)	(٦٪)	(٨٪)
الألعاب	(٤٪)	(٦٪)	(٢٪)	(٦٪)	(٤٪)
المسونات	(٤٪)	(٤٪)	(٨٪)	(٤٪)	(٦٪)
الفسائية	(٢٪)	(٢٪)	(صفر٪)	(صفر٪)	(٤٪)
المواقع العلمية	(صفر٪)	(صفر٪)	(صفر٪)	(صفر٪)	(صفر٪)
المواقع الإباحية	(٨٪)	(صفر٪)	(٤٪)	(١٠٪)	(٢٪)

« الوحدة الخامسة »



الخدمات الاتصالية لشبكة الإنترنت

الوحدة الخامسة

الخدمات الاتصالية لشبكة الانترنت

تقدم شبكة الانترنت خدمات ومزايا عديدة وخاصة بعد تطوير برامج تخاطبية جديدة، واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال والتخاطب بين الأجهزة الحاسوبية بالصوت والصورة والنص المكتوب، كل ذلك حول الشبكة الدولية إلى فضاء يحج بالحركة والصوت والصورة والنصوص المكتوبة.

يقصد بالاتصال "أي عملية يتم التفاعل من خلالها بين طرفين أو أكثر بهدف تحقيق قدر من التفاهم عن طريق تبادل المعلومات والآراء، والأفكار والرموز ذات العلاقة بالثقافة الخاصة وفي المحيط الذي تتم فيه تلك العملية.

للاتصال أشكال مختلفة بحسب عدد المشاركين في الموقف الاتصالي والوسائل المستخدمة لتحقيق الاتصال والهدف الذي من أجله تتم عملية الاتصال وهي:

1. الاتصال الشخصي: وهو المستوى الأقل من حيث عدد المشاركين في العملية الاتصالية، ويكون بين فردين
2. الاتصال الجمعي: الذي يتم في أوساط اجتماعية ذات أعداد محدودة
3. الاتصال الجماهيري فهو النمط الاتصالي الذي يتم على نطاق جماهيري وتستخدم فيه وسائل الإعلام: الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، إضافة إلى المواقع الإلكترونية على الانترنت.

إن الإعلام جزء من العملية الاتصالية، وهو نشاط يتم لتحقيق أهداف معينة، وتستخدم فيه وسائل الاتصال الجماهيري، ويسعى الإعلام لإيصال المعارف إلى الأفراد والجماعات بهدف التأثير في عقولهم، ومشاعرهم، ونشاطاتهم، كما يهدف الإعلام إلى إيصال المعارف والعلوم حول أحداث وقعت أو ستقع.

في شبكة الإنترنت التي تعتبر وسيطاً اتصالياً جديداً بالنسبة لوسائل الإعلام الأخرى، فإنها تعتبر تقنية اتصالات مهيمنة تضم أكثر من نمط اتصالي: شخصي وجمعي وجماعي؛ دون حدود واضحة تفصل بين هذه الأشكال.

تبعاً لذلك فقد اختلفت الكثير من المفاهيم السائدة حول الدور الاتصالي للإنترنت مع عدم وضوح الحدود الفاصلة بين أنماط الاتصال وطبيعتها ونتيجة هذا المدى الواسع من الإمكانيات الاتصالية للإنترنت فإن الشبكة تقدم عدداً من الخدمات الاتصالية التي تتوافق وتدعم التواصل الإنساني من جهة وتحقق قدرات كبيرة من الاندماج بين المجتمعات وذلك من خلال التفاعل بين الأشخاص سواء عن طريق البرامج الحوارية أو من خلال المنتديات وغرف الدردشة.

كما يبرز دور شبكة الإنترنت الاتصالي في "مجال الاتصال الشخصي من خلال المواقع الشخصية التي يديرها ويشرف عليها أفراد يقومون بنشر أخبارهم ومعلوماتهم الشخصية، إضافة إلى ما يضعونه من روابط لمواقع أخرى، كما تقدم الشبكة خدمة البريد الإلكتروني التي تتميز إلى جانب سرعتها الفائقة في كونها مجانية لمستخدمي شبكة الإنترنت بالإضافة إلى احتوائها على أخبار متنوعة تصل إلى البريد الإلكتروني الخاص بالمشترك بشكل يومي وحسب التخصصات التي يرغب بها".

وتقدم شبكة الإنترنت كذلك خدمات ومزايا عديدة وخاصة بعد تطوير برامج مخاطبيه جديدة واستخدام نظم الوسائط المتعددة التي توفر إمكانية الاتصال والمخاطبة بين الأجهزة الحاسوبية بالصوت والصورة والنص المكتوب، كل ذلك حول الشبكة الدولية إلى فضاء يمج بالحركة والصوت والصورة والنصوص المكتوبة.

• أهم الخدمات الاتصالية عبر الانترنت:

ويتمثل أهم الخدمات الاتصالية بما يلي:

(1) خدمة البريد الإلكتروني Electronic mail

وهو من أبرز ما يميز الاتصال عبر شبكة الانترنت، ويستمد البريد الإلكتروني تعريفه من تعريف الوسائل الإلكترونية وهي " تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية Text أو الصوتية Voice أو الصور المرئية Photos".

وهو نظام يمكن بموجبه استخدام الإنترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر أو مجموعة مستخدمين من خلال تخصيص مساحة على الخادم الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الإلكتروني وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به، ويعطى المشترك عنواناً خاصاً به يمكن من خلاله استقبال الرسائل الإلكترونية والتواصل مع الآخرين.

ويعد البريد الإلكتروني "الخدمة الأكثر شعبية من الخدمات الاتصالية الأخرى التي تقدمها شبكة الإنترنت، ووفقاً لدراسة توصلت إليها مجلة (إنترنت العالم العربي) فإن وظيفة البريد الإلكتروني تعد أهم أهداف مستخدمي الإنترنت، حيث بلغت نسبة متصفح البريد الإلكتروني 71% من إجمالي مستخدمي الشبكة.

ويتمتع البريد الإلكتروني بعدة مزايا أهمها:

- انخفاض التكلفة المادية (مجاناً بالغالب)
- السرعة الفائقة حيث يتم الإرسال خلال مدة وجيزة من الزمن.
- يتم استلام الرد خلال زمن قياسي.

- يستطيع المستفيد أن يستلم رسائله في أي مكان في العالم مما يفيد رجال الأعمال الذين يسافرون كثيراً بحكم عملهم، كما يفيد الناس جميعاً، حيث يمكنهم أثناء إجازاتهم الاطلاع على الرسائل الواردة إليهم.
- يستطيع المستفيد أن يحصل على رسائله في الوقت الذي يناسبه، فهو غير ملتزم بتلقي البريد في لحظة الإرسال نفسها.
- يستطيع المستفيد إرسال عدة الرسائل إلى جهات مختلفة في الوقت نفسه، وهذا ما يمكن أن يسهل عمل المؤسسة التي ترغب بدعوة جهات عديدة إلى ندوة أو مؤتمر أو معرض.
- يمكن ربط ملفات إضافية بالبريد الإلكتروني.

ومن أشهر الشركات التي تؤمن خدمة البريد الإلكتروني على مواقعها الخاصة، مايكروسوفت التي تؤمن خدمة بريد hotmail، وشركة yahoo، و gmail.com التابع لشركة Google، ونتيجة الإقبال الكبير لجمهور الإنترنت تنافست الشركات الكبرى في الشبكة التي تقدم خدمة البريد الإلكتروني، فقدامت Google خدمة البريد الإلكتروني بمساحة 1 جيجا بايت، بينما رفعت yahoo مساحة البريد الإلكتروني من 100 ميجا بايت إلى 1 جيجا بايت، هذا بالإضافة إلى تطوير الخدمات المحققة بخدمة البريد الإلكتروني كتحويل الرسائل Forwarding

ملاحظة: بالإمكان الرجوع للوحدة الرابعة من هذا وقراءة المزيد حول مبحث البريد الإلكتروني.

ب) مجموعات الأخبار Newsgroups

تعد مجموعات الأخبار شكل من أشكال من المناقشة عبر إنترنت حيث يجتمع مجموعة من الناس لديهم اهتمامات مشتركة للحديث عن كل شيء بداية من البرامج إلى القصص الكوميدية والشئون العائلية.

على خلاف رسائل البريد الإلكتروني، التي تكون ظاهرة فقط للمرسل والمستلمين اللذين تم تحديدهم، يمكن قراءة رسائل مجموعة الأخبار بواسطة أي شخص يقوم بعرض المجموعة التي يتم نشر هذه الرسائل فيها، وتتميز مجموعات الأخبار بدولية النطاق، ويستخدمها شركاء من كافة نواحي إنترنت.

يمكن وصف مجموعة الأخبار "بالمائدة المستديرة التي تضم عددا من الأفراد بحيث يمكن لأي شخص أن يطلع على الرسائل الموجهة من شخص لآخر. ويمكن من خلال المجموعة الإخبارية تبادل النصوص في شكلها الأولي، والصور الثابتة والمتحركة. ويمكن للمشترك الدخول إلى مجموعات الأخبار عن طريق البريد الإلكتروني الخاص به وبعد ذلك يتلقى كل ما يصدر من هذه المجموعة من معلومات، وأخبار، وبيانات ونحوها في إطار اهتماماته، عبر البريد الإلكتروني.

وتتميز بعض المجموعات بأنها "تخضع للرقابة في حين تتيح معظم المجموعات للمشتركين حرية الرأي والتعليق على ما ينشر. وبعض المجموعات الإخبارية تكون على شكل نشرة توزع على المشتركين عبر البريد الإلكتروني. وتلعب التفاعلية من أهم السمات التي ساعدت على انتشار المجموعات الإخبارية التي جعلت التواصل الإلكتروني يقترب من الاتصال الشخصي البالغ التأثير.

وتعود المعرفة بالمجموعات الإخبارية على عام 1979 حيث بدأت الخدمة كمبادرات جماعية يمكن للمشتركين فيها الاتصال ببعضهم البعض، وإزادات شعبية هذه الخدمة عام 1985 نتيجة إنشاء الجامعات والمؤسسات العلمية الأخرى مجموعات إخبارية بإعداد كبيرة على الشبكة

قبل أن يمكنك عرض الرسائل في إحدى مجموعات الأخبار، تحتاج إلى أحد برامج قراءة الأخبار، مثل بريد Windows تستخدم قارئ الأخبار لتنزيل الرسائل من أحد خوادم الأخبار. يوفر العديد من موفري خدمة إنترنت (ISPs) وصولاً إلى خوادم الأخبار للاستخدام بواسطة عملائها. تحتوي هذه الخوادم عادة على آلاف المجموعات التي تغطي مجموعة عريضة من المواضيع. تحتوي بعض خوادم الأخبار

على مواضيع مخصصة، على سبيل المثال، يوفر خادم أخبار "مجموعات تعليمات Microsoft"، الذي يوجد على news.microsoft.com، مجموعات الأخبار المخصصة لمنتجات Microsoft.

(د) شبكة الإخباريات NEW S:

تعد شبكة الإخباريات (Usenet News) أحد أكثر استخدامات الأنترنت شعبية، وتستخدم هذه الشبكة بروتوكول نقل إخباريات الشبكة (Network News Transfer Protocol NNTP) الذي ينظم طريقة توزيع المقالات الإخبارية واسترجاعها وإرسالها والاستعلام عنها.

وتقدم الشبكة "لوحة الإعلانات Bulletin Board وغرف الحوار Chatting Rooms، كما تتألف شبكة الإخباريات Net News من نظام ضخم يشتمل على عدد كبير من ندوات الحوار المفتوح والمستمر والتي تسمى مجموعات الإخباريات News Groups، وتستمر هذه المجموعات بالعمل على مدار الساعة وعلى مدى أيام السنة، وتسمح قوائم الاستعراض التجارية Browsers بالانفاذ إلى مجموعات الإخباريات، حيث يستطيع المستخدم أن يتابع حواراً مفتوحاً دون أن يشترك فيه، وهذا ما يسمى الترميد Lurking، وهو ما يشجع الوافدين إلى مجموعات الإخباريات للدخول في الحوار وإرسال مقالة إلى المجموعة التي يختارها الوافد وتعمل شبكة الإخباريات Usenet بسرعة كبيرة جداً، إذ يحدد مديرو المجموعات المدة الزمنية التي تبقى فيها رسائل الأعضاء منشورة قبل أن يقوم النظام بإلغائها، ولا تحتفظ المجموعات برسائلها منشورة عادة أكثر من أسبوع واحد.

وتعد مجموعات النقاش مصادر معلومات ممتازة فهي تقدم المساعدة في المجالات الفنية والهوايات والسفر... الخ، ويمكن أن تكون متبعاً للحوارات الحية وفرصة لاجتماع أشخاص مختلفين لديهم اهتمامات مشتركة.

(هـ) خدمة التراسل الفوري Instant Messaging:

التراسل الفوري: هي عبارة عن مجموعة من التقنيات التي تتيح إمكانية التواصل الشخصي الفوري بين اثنين أو أكثر من المشاركين عبر شبكة الإنترنت أو أي شكل من الشبكة الداخلية / الإنترنت.

من المهم أن نفهم أن ما يفصل بين الدردشة والمراسلة الفورية من التقنيات مثل البريد الإلكتروني هو التزامن المحسوس للتواصل من قبل المستخدم الدردشة تحدث بشكل فوري.

بعض النظم يسمح بإرسال رسائل إلى أشخاص دون تسجيل الدخول (رسائل في وضع دون اتصال offline messages)، مما يزيل الكثير من الفرق بين الرسائل الفورية والبريد الإلكتروني.

التراسل الفوري Instant Messaging يتيح فعالية وكفاءة التواصل، ويتميز بالاستلام الفوري للاعتراف أو الرد. في بعض الحالات التراسل الفوري ينطوي على ميزات إضافية، مما يجعله أكثر شعبية، على سبيل المثال، يمكن للمستخدمين أن يروا بعضهم البعض عن طريق استخدام كاميرا الويب webcam، أو التحدث مباشرة مجانيا عبر شبكة الإنترنت باستخدام ميكروفون ومكبرات للصوت.

ومن الممكن حفظ المحادثات كمرجع لاحق. التراسل الفوري عادة ما يسجل في تاريخ الرسائل المحلية الذي يخلق الضجوة إلى الطبيعة المستمرة لرسائل البريد الإلكتروني ويسهل تبادل سريع للمعلومات مثل عناوين المواقع أو قصاصات الوثائق (التي يمكن أن تكون غير عملية عندما ترسل عبر الهاتف).

(و) خدمة جوفر Gopher:

نظام طورته جامعة مينيسوتا الأمريكية عام 1991 بهدف تسهيل عملية استخدام الانترنت وهو يعتمد على عملية البحث من خلال القوائم لقراءة الوثائق ونقل الملفات يمكنه الإشارة إلى الملفات ومواقع Telnnet ومراكز معلومات WAIS وغيرها. وهو "برنامج لتسهيل عمليات التخاطب والبحث عن المعلومات يستخدم على نطاق واسع في الأنترنت، إذ يستطيع المستخدم من خلالها القيام باستعراض المعلومات، دون أن يتوجب عليه أن يحدد سلفاً أين توجد هذه المعلومات، وتسمح خدمة جوفر بالبحث في قوائم مصادر المعلومات وتساعد في إرسال المعلومات التي يختارها المستخدم، وتعد الخدمة من أكثر قوائم الاستعراض شمولية وتكاملاً، إذ تسمح بالنفاذ إلى النفاذ إلى قوائم المكتبات، وإلى الملفات، وإلى قواعد البيانات وغيرها".

(ز) محركات البحث Search Engines:

محرك البحث: هو برنامج حاسوبي مصمم للمساعدة في العثور على مستندات مخزنة على شبكات معلوماتية الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web) أو على حاسوب شخصي.

بنيت محركات البحث الأولى اعتماداً على التقنيات المستعملة في إدارة المكتبات الكلاسيكية. حيث يتم بناء فهرس للمستندات تشكل قاعدة للبيانات تفيد في البحث عن أي معلومة.

يسمح محرك البحث للمستخدم أن يطلب المحتوى الذي يقابل معايير محددة (والقاعدة فيها تلك التي تحتوي على كلمة أو عبارة ما) ويستدعي قائمة بالمراجع توافق تلك المعايير. تستخدم محركات البحث مؤشرات/فهارس/مسارد منتظمة التحديث لتشغل بسرعة وفعالية.

تعرض النتائج على شكل قائمة بعناوين المستندات التي توافق الطلب. يرفق بالعناوين في الغالب مختصر عن المستند المشار إليه أو مقتطف منه للدلالة على موافقته للبحث. عناصر قائمة البحث ترتب على حسب معايير خاصة (قد تختلف من محرك لآخر) من أهمها مدى موافقة كل عنصر للطلب.

عند الحديث عن محركات البحث فغالبا ما يقصد محركات البحث على شبكة الإنترنت ومحركات الويب بالخصوص. محركات البحث في الويب تبحث عن المعلومات على الشبكة العنكبوتية العالمية، ومنها يستعمل على نطاق ضيق يشمل البحث داخل الشبكات المحلية للمؤسسات أي إنترنت (Intranet). أما محركات البحث الشخصية فتبحث في الحواسيب الشخصية الفردية.

بعض محركات البحث أيضاً تحضر في البيانات المتاحة على المجموعات الإخبارية، وقواعد البيانات الضخمة، أو أدلة مواقع الويب مثل ديموزدوت أورج. تشتغل محركات البحث عن طريق الخوارزميات، على عكس أدلة المواقع، والتي يقوم عليها محررون بشريون.

❖ نظرة تاريخية:

أول محرك بحث كان واندكس (Wandex)، وهو فهرس جمعه متجول وب وهو زاحف عنكبوتي (web crawler) طوره ماثيو جراي في معهد ماساشوستس للتكنولوجيا MIT في 1993، ويعد الويب (Aliweb) محرك بحث آخر مبكر جداً وقد ظهر في 1993 ويعمل حتى اليوم. وأول محرك بحث قائم على الزاحف العنكبوتي للنصوص الكاملة كان ويكراولر (WebCrawler)، والذي خرج للوجود في 1994. وعلى عكس سابقه، فقد ترك المستخدمون يبحثون عن أي كلمة على أي صفحة ويب، وهو ما صار القاعدة لكل محركات البحث الكبرى منذ ذلك الوقت. كان هو أيضاً الأول في معرفة الجمهور به على نطاق واسع. في 1994 كذلك جاء لايكوس (Lycos) (الذي بدأ في جامعة كارثيجي ميلون Carnegie Mellon University) وصار مشروعاً تجارياً كبيراً.

بعد ذلك بقليل، ظهر العديد من محركات البحث وتزاحمت على الشعبية. وكان من ضمنها إكسبايت (Excite)، إنفوسيك (Infoseek)، وإنكتسومي (Inktomi)، ونورثرن لايت (Northern Light)، والتافيستا (Alta Vista) وفي بعض الحالات تنافست مع الأدلة ذات الشعبية مثل ياهو (Yahoo!) فيما بعد، أدمجت الأدلة أو أضافت إليها تقنية محرك البحث من أجل أداء أكبر للوظائف.

عرفت محركات البحث أيضا بكونها بعض المع النجوم في نوبة الاستثمار في الإنترنت التي وقعت في أواخر التسعينات. دخلت عدة شركات السوق في مشهد كبير، مسجلة مكاسب قياسية خلال طرح أسهمها العام الافتتاحي. وقد سحب البعض محركاتهم البحثية العامة، وهم يصوقون نسخا لشركات فقط، مثل نورثرن لايت التي كانت من الـ 8 أو 9 محركات بحث المبكرة بعد أن جاء لايكوس (Lycos).

قبل مجيء الإنترنت، كانت هناك بواحيث لمواضيع (بروتوكولات) أو استخدامات أخرى، مثل محرك بحث آر كي لمواقع (ف. تي. سي. بي) المجهولة (anonymous FTP) ومحرك بحث فيرونيكا لبروتوكول جوفر.

وستأتي بعض محركات البحث الأخرى منها إيه ناين، كوم a9.com (أمازون، كوم)، آسك جيفز / تيوما (Ask Jeeves/Teoma)، جيجابلاست، سناپ (Snap)، والهالو (Walhello)، كازان (Kazazz)، ووايسن (WiseNut) وبعض آخر محركات البحث والتي تبحث فقط أنواعا محددة من المحتوى هي بلازو (Plazoo) لرود الخلاصات (RSS feeds، وجوهوك) GoHook ملفات (بي دي إف PDF بشكل رئيسي). ومن أشهر المحركات أيضا Yooci و ThroughSearch

محركات البحث عربياً:

عربياً لا توجد محركات بحث كثيرة تعتمد على نفسها، يمكن حصرها في 2 أو 3 فقط إذ أن أغلب محركات البحث العربية تعتمد على محركات بحث أجنبية هذا لعدم قدرة الشركات العربية على الاستثمار في هذا المجال وتبقى أغلب محركات البحث التي تعتمد على نفسها كلها ضعيفة لضعف التجهيزات إذ تكون غالباً من اجتهاد أفراد على سرفرات عامة.

(أ) التلنيت Telnet:

هي بروتوكول انترنت معياري لخدمات الربط عن بعد ويسمح للمستخدم بربط جهازه على كمبيوتر مضيف جاعلاً جهازه وكأنه جزء من ذلك الكمبيوتر البعيد. وهي طريقة أخرى للنفاذ إلى المعلومات المحمولة على الخدمات، من خلال الدخول الفعلي إلى الحاسوب عن بعد واستخدامه بصورة هادية، فعندما يتصل المستخدم بواسطة تلمت يستطيع استخدام حاسوبه عن بعد كما لو أن لوحة المفاتيح مبروطة فعلاً على حاسوبه عن بعد، وبإمكانه استخدام الخدمات نفسها المتاحة لأي مستثمر محلي، وهذا يعني أنه يستطيع تشغيل برنامج معين على الحاسوب الذي يقع في النصف الآخر من الكرة الأرضية، كما لو كان يجلس أمامه تماماً، ويمكن استخدام تلمت لمشاهدة قائمة البطاقات الإلكترونية في مكتبة الكونجرس أو المكتبة البريطانية في لندن، كما يمكن استخدامها لاستعراض قواعد بيانات حكومية.

والشرط الوحيد لاستخدام تلمت بنجاح هو أن يعرف المستخدم كيف يستخدم الحاسوب الذي دخل إليه عن بعد، كما يجب أن يسمح له هذا الحاسوب بالنفاذ إلى ملفاته. وهناك عدد كبير من المؤسسات التي قامت بتحميل برمجيات خاصة ضمن نظمها لكي يتمكن مستخدمو إنترنت من النفاذ الفوري إلى المعلومات.

(ب) شبكة الويب Web

شهد العام 1991 تطوراً مهماً في مسيرة الأنترنت تمثل في ظهور الشبكة العنكبوتية الدولية World Wide Web الذي ابتكره بعد تجارب كثيرة من قبل الفيزيائي البريطاني تيم بيرنرز لي Tim Berners-Lee في العمل الاوربي لفيزياء الجزيئات في جنيف، وفي حدود عام 1945 عندما مكتب المستشار العلمي للرئيس الاميركي فرانكلين روزفلت، فانفر بوش Vannevar Bush منكرات حول نظام أسماء الميمكس Memex وهو جهاز قائم على نظام الميروفيلم بإمكانه حفظ كمية ضخمة من الوثائق في مكتب واحد، وفي الستينات قاد دوجلاس انجليبرت Douglas Engelbart بابتكار نموذج باسم Online System والذي اعتمد على تكنولوجيا النص التشعبي Hypertext بما يسمح بالاستعراض وتحرير النصوص التشعبية والملفات والصور والرسوم والأصوات على الشبكة. وكانت الخدمات السابقة للويب منذ تأسيس شبكة الانترنت "حكراً على الجامعيين والباحثين في المؤسسة العلمية ومطوري أنظمة الكمبيوتر، وكان هؤلاء يتبادلون عبرها رسائلهم الإلكترونية ويحصلون على المعلومات المفهرسة التي تساهم في تغذية بحوثهم ومحاضراتهم التي يقدمونها لطلابهم في الجامعات وغيرها، بجانب المهام التي يضطلع بها باحثون آخرون في خدمة المؤسسة العسكرية الاميركية، ولكن بعد نشوء الويب تغير هذا الوضع ولم تعد الانترنت حكراً على هؤلاء

وتمددت تعريفات الويب تبعاً لخلفيات المعرفين، فنوي الخلفيات التقنية من مطوري الشبكات والمبرمجين يركزون على الوصف التقني للموقع، مثل طبيعة اللغة البرمجية المستخدمة في كتابة الوثائق والبروتوكولات التي تنظم التواصل، بينما يركز مستخدموا الويب على المضمون والتطبيقات اللازمة لتصفح المواقع والوصول إلى الوثائق. ومن خلال البحث في تعريفات الويب وجد الباحث أن هناك 26 تعريفاً أبرزها وأكثرها شهرة هو "مجموعة من ملفات الويب المرتبطة فيما بينها والمتضمنة ملف افتتاحي يسمى الصفحة الرئيسية Home page والتي يمكن التلوج من خلالها إلى بقية الوثائق المتضمنة في الموقع، ويتم الوصول إلى الموقع عبر

كتابة اسم الموقع على المتصفح" وفي تعريف آخر أكثر تفصيلاً يعرف الويب بأنه "ملف (صفحة) أو مجموعة ملفات يتم تخزينها في حاسوب (خادم Server) يمكن التلوج إليها عبر شبكة الأنترنت. وكل موقع صفحة رئيسية تصمم غالباً لكي تكون الملف الأول الذي يزوره المتصفح ليأخذ فكرة عامة عن مضامين الموقع. تتضمن الملفات الموجودة بالموقع وصلات نصية أو رسومية يتم النقر عليها باستخدام جهاز مدخلات مثل الفأرة قصد الانتقال من ملف إلى آخر داخل الموقع أو خارجه.

ويعرف د. حسني محمد نصر الويب على أنه " نظام من خدمات الكمبيوتر يدهم الوثائق المكتوبة بلغة النص القائق ويقوم بالربط بين الوثائق بعضها البعض سواء كانت وثائق نصية أو جرافيكية أو صوتية أو ملفات فيديو، وهو مجموعة من المعلومات المترابطة والمخزنة في أجهزة كمبيوتر عديدة في جميع أنحاء العالم يتم تسليمها عبر الأنترنت بشكل صفحة أو صفحات يطلق عليها صفحة الويب Web Page والذي قد يحوي نصاً أو يشير إلى ملفات أخرى، وهذه الملفات قد تحوي صوراً أو لقطات فيديو أو مقاطع سمعية.

ويقول الدكتور عباس مصطفى "لقد نشأت الوب على الأنترنت وهي تستفيد من آليات الأنترنت وأجهزتها وبنيتها التحتية التي هي مجموعة من الشبكات والمقومات والأجهزة في جميع أنحاء العالم، والعناصر الأساسية للإنترنت هي الحواسيب والشبكات وهي تسمح للمستخدم بالاتصال بالحواسيب حول العالم، بينما الوب هي مجموعة أدوات غير مادية تسمح بتبادل المعلومات بين المستخدمين أينما كانوا

إن ظهور وتطور المستعرضات نيتسكيب Netscape، ومايكروسوفت إكسبلورر بعد سلسلة من المستعرضات التي صممها طلاب الجامعات مثل مستعرض غوفر ومستعرض فيولا فيولا، ومستعرض ميداس وغيرها، بعد المستعرض الذي صممه بيرنرز لي جعل من الأنترنت سهل الاستخدام وممكن مستخدميه من الوصول إلى المعلومات المستخدمة فيها وبإي لغة كانت، حيث

مكنت المستعرضات من عرض صفحات الويب بالصورة وبالصيغ المتعددة، وأضاف الويب فن جديد هو تصميم وإنشاء الصفحات التي تخدم أغراضاً مختلفة، ومكنت الأفراد والمؤسسات من وضع أنفسهم على الشبكة.

وتتميز صفحات الويب "بالتفاعلية Interactivity" فهي نظام متكامل يميز صفحات الويب يشمل النصوص، الصور، الأصوات، الإطارات، والأشكال المتحركة Animations وهي حالة المشاركة والأخذ والعطاء وتستفيد من ميزات الوصلات التشعبية Hyperlink التي تنقل المستخدم من صفحة إلى صفحة أخرى ومن موقع إلى آخر ويقول ملفين ديفلير وساندرا روسكيش "يشير التفاعل التبادلي بوجه عام إلى عمليات الاتصال التي تتخذ خصائص الاتصالات بين الأشخاص، فهي الاتصالات الشخصية يشترك المرسل والمستقبل في أداء دور رجل الإعلام بالتساوي، ويستقبل كل شريك التقنية المرتدة فوراً وبصورة كاملة في شكل رسائل شفوية وغير شفوية.

إعلامياً يمكن تعريف الويب على أنه "رسائل تواصلية مخزنة في جهاز حاسوب خادم يتم الوصول إليها بالولوج إلى شبكة الأنترنت وعبر إحدى متصفحات شبكة الويب، ويتخذ موقع الويب شكل صفحات أو وثائق مكتوبة بلغة النص التشعبي المترابط HTML تتخذ من الصفحة الرئيسية واجهة لها ويتم التنقل بينها بواسطة وصلات مادية أو تفاعلية، وتقدم الرسائل التواصلية في شكل منفرد (نص أو صورة أو صوت فيديو...) أو وسائل متعددة Multimedia. وغالباً ما تقدم مواقع الويب خدمات تهدف إلى تعزيز التواصل والتفاعل مع المتلقي.

مما تقدم ووفقاً للتعريف الإعلامي للويب فإن على من يسعى لممارسة مهنة النشر عبر شبكة الويب أن يتعامل معها كوسيلة اتصال جماهيري فعالة لتكامل فيها الرسالة (شكلاً ومضموناً) مع الوسيلة والمتلقي، وعلى الناشر أن يكون على قدر كبير من المعرفة بالأمكانيات التواصلية من حيث التفاعلية والتغذية الراجعة التي يتيحها الويب، والخدمات الإضافية التي يمكن تقديمها من خلال الموقع كخدمة البحث والأرشفة والوصول إلى مواقع أخرى.

« الوحدة الجامعية »

الإعلام والانتترنت
(التطبيقات الإعلامية
لشبكة الانترنت)

الوحدة السادسة

الإعلام والانترنت

(التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت)

إن التطور العلمي الهائل الذي حدث في القرن الماضي أدى الى ظهور اشكال جديدة من وسائل الاعلام، وعند ظهور أية وسيلة إعلامية حديثة كان السؤال الأول الذي يرد في الأذهان حول مصير الوسائل الأقدم منها.

فمثلاً عندما ظهرت الإذاعة كوسيلة إعلامية على سبيل المثال ذات خصائص وميزات مبهرة للمستقبلين اعتقد الكثير أن هذا إعلان لأفول الصحافة الورقية، كما إن ظهور التلفزيون جدد السؤال حول مستقبل الصحافة والإذاعة، لقد كان هذا نفس السؤال والإحساس والتوقعات عندما ظهرت شبكة الانترنت لما تملكه هذه الشبكة من سمات اتصالية ذات طبيعة تفوق الوسائل الإعلامية الأخرى.

ورغم كل تلك التنبؤات فإن جميع الوسائل الإعلامية حافظت على وجودها ككون كل وسيلة إعلامية لها سماتها الخاصة التي تكونت نتيجة الحاجة اليها، وأن ظهور أية وسيلة إعلامية جديدة يدفع بقية الوسائل إلى تطوير قدراتها وأساليب عملها لتبقى في الميدان الإعلامي بكفاءة عالية.

على هذا كان لظهور شبكة الانترنت الدور الكبير في تطور الوسائل الإعلامية الأخرى من حيث المضمون الإعلامي والشكل الفني حيث ساعدت الشبكة في تدعيم الأثر الاتصالي لكثير من الوسائل الإعلامية التقليدية وذلك من خلال الخدمات المباشرة، وهكذا من خلال الاختصار والدقة التي تقدم بها المواد الإعلامية.

وأسهمت منتجات الانترنت في تلخيص حاجات جماهير وسائل الإعلام وساعد البريد الإلكتروني في اختصار المسافة الاتصالية بين القائمين بالاتصال في الوسائل

الإعلامية، وجمهور هذه الوسائل وهو ما يطلق عليه الاتصال التفاعلي بعدما كانت العملية الإعلامية تسير باتجاه أحادي من الوسيلة الإعلامية إلى جمهورها.

في الواقع لقد استفادت جميع الوسائل التقليدية للإعلام من الإنترنت لزيادة انتشارها ووصولها إلى كل مكان في العالم دون تكلفة تذكر، بعدما كان الكثير منها يوزع في نطاق محدود. كما "ساعد الإنترنت من خلال سهولة الاتصال بالشبكة وسرعته من قبل الجميع أينما وجدوا، هذا بالإضافة إلى تميز المواد المقدمة من قبل الشبكة بتعدد أساليبها من خلال الوسائط المتعددة.

لأجل هذا تغيرت صور الوسائل الإعلامية كثيرا بعد ظهور وانتشار شبكة الإنترنت عالميا، حيث باقت هذه الشبكة كوسيط اتصالي جديد بالإضافة إلى التطبيقات التقليدية كالإذاعة والتلفزيون والصحف التقليدية.

وقبل انطلاقة الإنترنت كان "الفيديو تيكس" أحد التطبيقات الشائعة لوسائل الإعلام التفاعلية، وسمح هذا التطبيق لمستخدميه بإرسال بيانات واستقبال بيانات من أجهزة الكمبيوتر أو مستخدمين آخرين للفيديو تيكس بواسطة نهاية طرفية قادرة على عرض النصوص والصور.

ومع تطور وانتشار شبكة الإنترنت ظهرت تطبيقات جديدة لا هي صحف ولا وكالات أنباء توفرها جهات مختلفة مثل المستعرضات وألات البحث التي تقدم خدمات إخبارية بالنص والصورة والصوت، كمستعرضي نتسكيب Netscape ومايكروسوفت إكسبلورر Microsoft Explorer اللذان يقدمان خدمة إعلامية تغطي اهتمامات مختلفة. كما أن هناك مواقع إعلامية تجمع كل أشكال الإعلام بنفس القوة مثل فوكس نيوز Fox news الذي يعتبر هجين من كل التطبيقات الاتصالية فلا هو صحيفة ولا هو وكالة أنباء ولا هو قناة تلفزيونية بل هو موقع إخباري استفاد من خصائص ومزايا النشر في الإنترنت.

وتأثرت وسائل الإعلام بالانترنت حيث قد جذب النشر عبر الشبكة نسبة كبيرة من جماهير هذه الوسائل، ففي استطلاع أجرته شركة الأبحاث البريطانية المعروفة باسم الاستراتيجيات التحليلية Strategies Analyses تبين أن القنوات التلفزيونية تخسر ملايين المشاهدين لصالح الانترنت، ويقول دافيد مارسر مدير الشركة أن "التلفزيون" هو الوسيط الإعلامي الذي يعاني بشكل أكبر جراء تزايد عدد مستخدمي الانترنت السريع، فعدد كبير من المشاهدين يختارون قضاء أوقات فراغهم في تصفح شبكة الانترنت ويفضلون البحث عن مضامين ترفيهية لم يجدوها في السابق في التلفاز.

❖ نماذج التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت:

إن ظهور الانترنت وتطور تكنولوجيات الشبكة وتطبيقاتها بسرعة كبيرة له دور كبير في تطوير الوسائل الإعلامية من حيث الشكل الفني والمضمون الإعلامي وزيادة انتشارها ووصولها الى كل مكان في العالم فضلاً عن تميز المواد المقدمة بواسطة الانترنت بتعدد أساليبها من طريق الوسائط المتعددة.

كما ان الانترنت أضاف وظائف أخرى للاتصال الجماهيري من حيث تقديم الخدمة المباشرة للجمهور المستقبل، كما قلل من أهمية وظيفة المراقبة التي تقوم بها وسائل الإعلام عندما تنفع أحداثاً إخبارية ما فلاز المتصدين بها بثمة وسائل، عبر الانترنت مباشرة للآخرين لكي يقرأها وتمثل هذه الوظيفة تحولاً مهماً من وسائل الإعلام التقليدية ومن التطبيقات الإعلامية لشبكة الانترنت ما يلي:

(1) وكالات الأنباء:

تستخدم اغلب وكالات الأنباء المحلية والعالمية الانترنت عن طريق إنشاء موقع لها على الشبكة حيث أول ما تبادر به وكالة الأنباء هو حجز وإنشاء موقع لها على الانترنت، فهناك الوكالات العالمية مثل (رويترز)، وكالة الأنباء الفرنسية، يوناتيد برس، الاسيو شتد برس، شينخوا التي تتواجد مع وكالات أنباء إقليمية

وقومية ومحلية، يقدمون جميعا خدمات إخبارية بمختلف أنواعها شاملة النصوص والصور والفيديو وملفات عالية وعلى مدار الساعة مع التحديث المستمر لخدماتها الإخبارية.

بل وأصبحت بعض هذه الوكالات تقدم خدماتها بعدة لغات لتصل لأكبر عدد ممكن من الجمهور.

(2) إذاعة الانترنت

هي تطبيقات برامج صوتية حاسوبية يتم استخدامها للبث عبر الانترنت اعتمادا على تكنولوجيا تدفق المعلومات Streamig لتشغيل المواد الصوتية أو الفيديو، وراديو الانترنت متعدد الوظائف وهو تفاعلي يمكن ان ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون الى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات للراديو بفضل استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الحاسوب والمعلومات الضخمة المعروضة في الانترنت.

يقول محمد عارف في مكتبته، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكمبيوتر على أجهزة الإعلام الصوتية (إن راديو الانترنت متعدد الوظائف وهو راديو تفاعلي يمكن أن ينقل التحكم في الوسيلة الإعلامية من الدولة ومؤسسات الإذاعة والتلفزيون إلى جمهور المستمعين والمشاهدين وموردي المعلومات وسيتحول الجمهور من الاستهلاك السلبي للراديو والتلفزيون إلى استخدام قوة التسجيلات الصوتية والمرئية وذكاء الكمبيوتر والمعلومات الضخمة المعروضة في شبكة الأنترنت. وتتيح الشبكة الرقمية لكل فرد أن يبث برامج إذاعية أو تلفزيونية.

(3) البث التلفزيوني عبر الانترنت

يستخدم البث التلفزيوني عبر الانترنت تكنولوجيا التدفق المتزامن للإشارات الصوتية والمرئية لتظهر على شكل بث حي يمكن مشاهدته باستخدام عدة برامج تبعاً لحزمة الملفات المستخدمة في عملية البث

ويتم تغذية محطة التقاط البث الخاصة بالإشارات الصوتية والمرئية التي تكون مجتمعة الملف المراد بثه. ويقلص حجم الملفات بعد الالتقاط وتحويل إلى هيئة العرض، وترسل هذه الملفات عبر اتصال شبكة رقمية إلى أحد ملقمات الانترنت المحلية والمزودة بتسهيلات تدفق البث الفوري

تشبه مواقع بعض الشبكات التلفزيونية المواقع الإعلامية والمعلوماتية الكاملة حيث يتم من خلالها تقديم المواد الإخبارية والمعلومات التي يوفرها التلفزيون، مثال ذلك شبكة سي إن إن CABLE NEWS NETWORK

لقد استفاد البث التلفزيوني عبر الانترنت من المواد الفيلمية كافة التي لا يمكن عرضها على شبكات التلفزيون الرسمية أو المملوكة لجهة معينة سواء تلك التي ترتبط بعالم الجريمة أو العمليات العسكرية، كما حدث في العراق ودول أخرى في العالم أو الجرائم التي يصورها هواة عرضيا أو حتى التي تصور من خلال كاميرا أجهزة الهاتف المحمول.

(4) خدمة الإخبار بالهاتف المحمول:

نظراً لاشتراك كل من الهاتف المحمول والانترنت بالحاسوب فقد تمت الاستفادة من هذا الاشتراك فتم توفير ميزة تلقي البريد الإلكتروني عبر خدمة الرسائل الهاتفية (SMS) SHORT MESSAGE SERVICE والتي تقدم أيضاً للمشاركين طيفاً واسعاً من الخدمات الإخبارية على شكل نصوص أو وسائط متعددة تستقبل بواسطة الهاتف المحمول هذا فضلاً عن إرسال واستقبال وعرض الصورة الملونة والرسوم المتحركة والمقاطع الصوتية والبصرية، كل ذلك من

الشبكة الى هاتف محمول او من الوكالات المتخصصة الى المشتركين بالهاتف المحمول او من هاتف الى بريد الكتروني على شبكة الانترنت.

(5) خدمة الواب:

هو نظام حاسوبي يحول صفحات الانترنت المصممة للحاسوب ليجعلها صغيرة بشكل يناسب شاشات الهواتف المحمولة او الأجهزة الالكترونية المحمولة الأخرى، وخدمة الواب توفر الرسائل الصوتية والالكترونية، الحوار، التصفح، الحصول على المعلومات الضرورية للمستخدم كأسعار العملات والأسهم وحركة الطيران والتجارة وكذلك تقدم خدمة الدخول على الشبكات المحلية.

ويقول د. رميح بن محمد الرميح "تم تطوير بروتوكول الواب في العام 1997 عندما اجتمعت بعض الشركات المصنعة للهاتف المحمول وعلى رأسها نوكيا وموتورولا وأريكسون بالإضافة إلى شركة فون دوت كوم التي كانت تسمى في ذلك الحين UNWIRED PLANET بغرض ربط أهم شبكتين في العالم وهما شبكة الهاتف المحمول وشبكة الانترنت فيستخدم من خاصية المحمول وهما تقديم الانترنت من خدمات ومعلومات.

(6) النشر الالكتروني:

يعود ظهور النشر الالكتروني إلى تسعينات القرن العشرين للصحف والمجلات والمبونات ومواقع المعلومات للاستفادة من التكنولوجيا الجديدة ولتعويض الانخفاض المتزايد في عدد القراء وفي عائدات الإعلان.

يوفر استخدام النشر الالكتروني ميزة الانتقال من كلمة محددة في النص إلى ملف صوتي يشرح هذه الكلمة أو إلى صورة تتعلق بهذه الكلمة مما يتجاوز كثيراً مما يمكن ان تقدمه الوثائق المطبوعة أو من سرعة النفاذ إلى المعلومات المطلوبة.

ولقد لجأ عدد كبير من المؤسسات العاملة في مجال النشر الإلكتروني الى استخدام الأقراص المدمجة CD ROM التي تمتاز بخزن كميات هائلة من المعلومات، ولقد أمكن للصحف الإلكترونية عن طريق النشر الإلكتروني تحديث صفحاتها في فترات متقاربة نظرا للسعات التي تتمتع بها الاقترنيت فيما كانت الصحف المطبوعة تنتظر يوما كاملا لتحديث أخبارها، كما استفاد المؤلفون من النشر الإلكتروني على نشر إصداراتهم عبر الشبكة عن طريق تقنية الكتاب الإلكتروني متخطين الصعوبات التي تواجه الكتاب التقليدي عند النشر.

ان ثورة الانترنت جمعت بين تكنولوجيايات مختلفة استطاعت ان تتخطى الحواجز الجغرافية والزمنية، وما ميز الانترنت عن باقي تكنولوجيايات الاتصال والمعلومات هو اعتماد الشخص على نفسه للوصول الى مصادر المعلومات وتفاعله معها وهو عكس الوسائل السابقة التي يكون

• تطور النشر الإلكتروني:

توالت التطورات في مجال تقنية المعلومات وتعددت الوسائل والطرق والوسائط المستخدمة في تخزين المعلومات واسترجاعها وتبادلها عبر شبكات الحاسب المحلية والإقليمية والدولية، وكان من أهم نتائج تلك التطورات هذا النمو المضطرد في مجال النشر الإلكتروني، فعلى سبيل المثال كشفت إحدى الدراسات التي أجريت بين عامي 1985م - 1994م أن عدد قواعد المعلومات المتاحة بالاتصال المباشر يزداد بنسبة 28% في العام، وأن عدد قواعد المعلومات المخزنة على أقراص مدمجة ينمو بنسبة 100% في العام، بينما لا تتجاوز نسبة النمو في المطبوعات التقليدية من 12 - 15% في العام، وهو الأمر الذي دعت اليه بعض المبررات التي من أهمها ما يلي:

(1) ان اللجوء الى مصادر المعلومات المحوسبة قد يشكل حلا مثاليا للقضاء على مشكلة ضيق المكان المخصص لمصادر المعلومات التقليدية التي تعاني منها

المكتبات نظرا لصغر حجم الوسائط الحوسبية وعظم ما تحتويه من معلومات.

(ب) تتيح مصادر المعلومات الحوسبية الفرصة لاستخدامها من قبل عدد كبير من الباحثين أينما كانوا دونما اعتبار لحدود المكان أو الزمان، لسهولة التوزيع وسرعته علاوة على انتفاء مشكلة نفاد النسخ، فهي تحت الطلب في أي مكان وزمان، فنسخة واحدة من الكتاب كافية للوصول إلى ملايين القراء في أنحاء العالم وفي الوقت ذاته.

(ج) السهولة والمرونة في تحديث البيانات وإصدار الطباعات الجديدة على فترات مناسبة.

(د) تعتمد مصادر المعلومات الحوسبية على نظم آلية متطورة في اكتشاف واسترجاع المعلومات تمكن الباحث من إجراء عمليات الربط بين الواصفات وتقييمها أو توسيع دائرة البحث وتضييقها بما يحقق نتائج مرضية. وهذا ما يمكن تحقيقه باستخدام المصادر التقليدية.

• مميزات النشر الإلكتروني:

توجد عدة أسباب للنشر الإلكتروني ومنها:

- (أ) خفض نفقات التكلفة.
- (ب) اختصار الوقت.
- (ج) زاد الكفاءة والفعالية في استخدام المعلومات.
- (د) متماهي مع تطور إيقاع الحياة في المجتمع.
- (هـ) قارب بين الناس فاختصر الزمان والمكان.

• متطلبات صناعة النشر الإلكتروني:

البنية التحتية اللازمة، اتصالات حواسيب معلومات ونظم التوزيع.

- (أ) الموارد البشرية من حيث التكوين ومن حيث التدريب.
- (ب) التشريعات الضرورية لتنظيم عملية النشر الإلكتروني.
- (ج) المناخ العام في المجتمع الفكري، الاجتماعي، الثقافي والسياسي.

« الوحدة المأبذة »



السمات الشكلية
للإتصال عبر شبكة الإنترنت

الوحدة السابعة

السمات الشكلية للاتصال عبر شبكة الإنترنت

تميز الانترنت باعتباره وسيلة إعلامية متعددة الوجوه والتي تتضمن مجموعة مختلفة من الإشكال الاتصالية، هي:

- من طرف واحد إلى طرف آخر.
- من طرف إلى عدة أطراف.
- ومن عدة أطراف إلى أطراف أخرى.

عليه فقد ظهرت مفاهيم اتصالية جديدة وأرتبطت بشكل كبير بدراسة الانترنت، وتبعاً لسماتها الرئيسية استطاعت شبكة الإنترنت ان تجمع الخصائص التي تتميز بها الوسائل الاتصالية الإعلامية التقليدية، فقد تم دمج العناصر الطباعية المميزة لوسائل الإعلام المطبوعة والحروف، والصور، مع العناصر المميزة للوسائل المرئية، الصور المتحركة والألوان، ومن هذه المفاهيم:

١) التفاعلية Interactivity:

- مفهوم التفاعلية،

إن كلمة التفاعلية Interactivity مركبة من كلمتين في أصل اللاتيني أي من الكلمة السابقة inter وتعني بين أو فيما بين ومن الكلمة actives وتفيد الممارسة في مقابل النظرية وعليه يترجم مصطلح التفاعلية من اللاتينية معناه ممارسة بين اثنين أو تبادل وتفاعل بين شخصين.

بدأ الاهتمام بدراسة التفاعلية منذ أكد winer عام 1948 أهمية رجع الصدى كعنصر أساسي من عناصر العملية الاتصالية وأهتبه ذلك صدور كتاب wilbur Shramm عام 1954 وعنوانه عملية الاتصال الجماهيري وتأثيراتها.

والذي جاءت فيه أول إشارة لمصطلح التفاعلية وأكد شرام ضرورة وجود مجال خبرة بين المرسل والمستقبل والذي بفضلها يتم توصيل نوعين من رجع الصدى هما رسالة من المستقبل إلى المرسل ورسالة من المستقبل إلى ذاته. وكانت دراسات الاتصال التقليدية المختلفة بداية بنظرية الطلقة السحرية مروراً بنموذج (shanon and weaver) ونموذج تدفق المعلومات عبر مرحلتين ووصولاً إلى نموذج Westley and maclean model ومفاهيمهما الخاصين بحراس البوابة قد أكدت في معظمها على أهمية رجع الصدى في وسائل الإعلام التقليدية التي كانت ذات اتجاه واحد وتفتقر لرجع الصدى.

من هنا نفهم أن معنى التفاعلية يكمن في التبادل والتفاعل يتم من خلال الاتصال بين شخصين إذن فهي فعل اتصالي قديم لكن مفهوم التفاعلية في استعمالاته بالإشارة إلى الوسائط المتعددة يعتبر حديث العهد نسبياً ووليد العلاقات بين الناس والآلات ولقد تداول الوسط الفكري والعلمي والصحفي هذا المفهوم "التفاعلية" في بداية الـ 90 من القرن الماضي نتيجة التقدم الهائل الذي تعرفه التكنولوجيات الرقمية والذي تم بفضل المعلوماتية. ولقد شيرت تكنولوجيات الاتصال الحديثة من مهام المتلقي وأكسبته خاصية المشاركة في الفعل الاتصالي مثله مثل المرسل حيث أصبح فاعلاً في العملية الاتصالية بعدما كان شكلاً التفاعلية في وسائل الإعلام التقليدية محصوراً في الرسائل الموجهة إلى القائم بالاتصال في التلفزيون أو الإذاعة.

في خضم هذه التطورات التكنولوجية أصبح مفهوم التفاعلية مرتبطاً أكثر فأكثر بالوسائط المتعددة وبالتالي فإن هذا المفهوم مادة ما يشير إلى مفهوم تسويقي يتضمن العديد من الوهم لأنه يمكننا التحدث عن أشكال متعددة من التفاعلية المرتبطة بتعدد البرمجيات التطبيقية.

في هذا السياق يعتمد شكل التفاعل على نوع الوسيط (الوسيلة) وشكل الواجهة وطريقة تصميم البرنامج إذن فالتفاعلية تختلف باختلاف الوسيلة مثلاً

التفاعلية في الإذاعة ليس نفسها في ألعاب الفيديو لذا يشير (michel sénecal) إلى أن هذا المفهوم يتسم بالطابع التجاري والقيمة المضافة.

وعليه تمثل التفاعلية الانتصار الكبير للمعلوماتية حيث أصبح بإمكان الآلة الاستجابة لنا وتحقيق رغباتنا.

يقول نصر الدين عياضي عن التفاعلية أنها مفهوم ابتكر للدلالة عن شكل خاص من العلاقة بين التلفزيون والمشاهد وتهدف إلى تحويل المشاهد السلبي إلى مشاهد فعال ونشيط بشكل يؤثر في البرمجة. غير أنه أصبح يدل بعد الممارسة المتكررة على كل أنواع مشاركة المتلقي في الرسالة الإعلامية.

- مفهوم التفاعلية من حيث المستخدم:

إن التفاعلية هي طريقة المعالجة التفاعلية بالحوار وتعديل اشتغال البرنامج من خلال مراقبة النتائج. "التفاعلية هي مدى إمكانية المستعملين المشاركة في تعديل شكل بيئة وسائطية ومحتواها في الزمن الحقيقي".

- مفهوم التفاعلية من حيث العلاقة بين المرسل والمتلقي:

التفاعلية تطلق على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها ويطلق على هذه الممارسة الممارسة المتبادلة أو التفاعلية وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص (ب) ويقوم بأفعاله الاتصالية المرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل وينفذ تدخل مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية التبادل والتحكم والمشاركين ومثال على ذلك التفاعلية في بعض أنظمة النصوص المتلفزة. "التفاعلية تعني الاتصال في اتجاهين بين المصدر والمتلقي أو بصفة أوسع الاتصال المتعدد الاتجاهات بين أي عدد من المصادر والمتلقين".

- مفهوم التفاعلية من حيث الوسيلة:

التفاعلية هي صفة الأجهزة والبرامج وظروف الاستغلال التي تسمح بأفعال متبادلة في نمط الحوار بين المستخدمين أو بين الأجهزة في الوقت الفعلي".

"تعريف التفاعلية على أنها ميزة الوسيلة التي يكون فيها المستعمل قادرا على التأثير في شكل أو محتوى عرض وساطي أو تجرية"، إذن تعد التفاعلية عاملا نفسيا وإعلاميا تتغير وفقا لتقنيات الاتصال أو بناءا على الوسيلة الاتصالية والمحتوى الاتصالي وإدراك الجمهور لها.

ولقد تم تعريف مفهوم التفاعلية أيضا من قبل الباحثين على أنه أحد إمكانات القوة الدافعة نحو انتشار استخدام وسائل الإعلام الجديدة.

- التفاعلية في الإنترنت:

إن التفاعلية أكثر الخواص التي يشار إليها غالبا والمستخدم لتمييز الإنترنت عن وسائل الإعلام الأخرى وتعتبر التفاعلية الخاصية الوحيدة ذات الأهمية البائدة بالنسبة لنت هالتفاعلية ليس مفهوما متناغما بعبارة أخرى فقد تكون التفاعلية بين المرسلين والمستقبلين أو بين الإنسان والآلة أو بين الرسالة وقرائها.

وقد ساعدت التفاعلية على تخصيص المواقع الإلكترونية صفحات لاهتمامات الخاصة للمستخدمين بحيث يمكن لصحاب الاهتمامات المشتركة من خلال الصفحات تبادل الخبرات والأنشطة، كما يمكن من خلال التفاعلية الإفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحف المطبوعة أو البرامج التلفزيونية أو الإذاعة التقليدية إلى جانب تلك التي تتوفر عند الإنترنت.

ب) سهولة الاستخدام Accessibility

تعد خاصية سهولة الاستخدام أحد أهم عوامل تفضيل مستخدمي الإنترنت وزيادة إقبال الجماهير لهذه الشبكة، حيث لا تتطلب الإفادة من الشبكة بذل جهد جسدي وعقلي كبير لفهم أو استيعاب ما تتوافر من مواد خاصة مع استخدام بعض البرمجيات التي تسهم في تسهيل الموضوعات المعقدة مثل الوسائط المتعددة وغيرها.

وتشمل سهولة الاستخدام جوانب كثيرة من أهمها:

- سهولة الحصول على المعلومات.
- تفعيل الشبكة لعملية الاتصال الشخصي بين الجماهير الأمر الذي يسهل الاتصال بين عدد كبير من الأشخاص وتبادل الرسائل فيما بينهم في وقت كان من الصعب حدوث ذلك قبل ظهور هذه التقنية.

ولتدعيم هذه السمة فقد عملت بعض شركات البرمجيات على إنتاج برامج تمكن من استخدام شبكة الإنترنت بسهولة، حتى لذوي الاحتياجات الخاصة بحيث بات من السهل أمام الفئات المختلفة الدخول على البريد الإلكتروني والمواقع المختلفة على الشبكة، والاستفادة من معطياتها الحديثة ومتابعة الأخبار والتطورات الأخيرة.

ومن سهولة الاستخدام للشبكة تعرض مستخدميها للمواقع المتاحة والحصول على أعداد كبيرة من مصادر المعلومات مع إمكانية ربط القصص الإخبارية بسياقاتها المختلفة وبالأرشيف الخاص بهذه المواقع، وكذلك من خلال الاستفادة من تقنية النص التشعبي Hypertext التي تتيح الوصول إلى مواقع أخرى عبر الشبكة. ولا تقتصر تقنية النص التشعبي على النصوص والكلمات فقط بل على الصور والرسوم التوضيحية Hyper Links.

هذا بالإضافة إلى التفاعلية الميسرة بسهولة للمستخدمين والكم الجمعي الذي يتوافق مع سهولة الاستخدام حيث يمكن للمرسل إرسال رسالته إلى ملايين المستقبلين في وقت واحد دون عناء.

ومن الجوانب الأخرى التي يمكن إدراجها تحت بند سهولة الاستخدام ما يلي:

- تعدد المصادر.
- التحديث المستمر للمعلومة.
- عدم التقيد بساعات محددة أو أماكن بعينها.
- حرية المعلومات ومنع الاحتكار.

ج) الوسائط المتعددة Multimedia:

مصطلح الوسائط المتعددة هو مصطلح واسع الانتشار في عالم الحاسوب يرمز إلى استعمال عدة أجهزة إعلام مختلفة لحمل المعلومات مثل (النص، الصوت، الرسومات، الصور المتحركة، الفيديو، والتطبيقات التفاعلية).

قد عُرِّفت الوسائط المتعددة Multimedia، المكونة من كلمتين حسب الترجمة العربية Multi وتعني متعدد، وMedia وتعني وسيط أو وسيلة إعلامية، عُرِّفت بأنها: طائفة من تطبيقات الحاسب الآلي يمكنها تخزين المعلومات بأشكال متنوعة تتضمن النصوص والصور الساكنة والرسوم المتحركة والأصوات، ثم عرضها بطريقة تفاعلية Interactive وفقاً لاسارات المستخدم. وعلى هذا يتضح أن الوسائط المتعددة هي عبارة استخدام الحاسوب لتكوين بيئة تفاعلية تحتوي على برمجيات الصوت والصورة والفيديو ترتبط فيما بينها بشكل تشعبي من خلال الرسومات المستخدمة في البرامج.

لقد أسهمت الوسائط المتعددة بتوفير بيئة متميزة تساعد مستخدمي الإنترنت على اكتساب المهارات والخبرات والمعرفة، كما ساعدت الجمهور للتفاعل

← السمات المكانية للاتصال عبر شبكة الإنترنت

مع النصوص الجامدة من خلال تضمين النصوص لقطات مسموعة ومرئية، وصورا ورسوما كاريكاتورية.

يعد موقع ال CNN على الإنترنت أول المواقع الإخبارية التي استفادت من الوسائط المتعددة حيث تم وضع إعلانات بواسطة الوسائط المتعددة على الموقع بقدرات كبيرة مستفيدة من تقنيات الصوت، والصورة التلفزيونية.

"في أبريل 2003 غطت BBC العربية خطوة مهمة في مجال نقل المعلومات الى المتلقين العرب وذلك عبر استخدام الوسائط المتعددة التي تجمع الصوت والصورة مما حفز الجمهور على المشاركة الفعالة والفورية.

وبالتبع فإن الوسائط المتعددة الآن هي سمة غالبية المواقع الإخبارية التي استفادت من مزاياها لنقل الصورة والصوت والكلمة في آن واحد.

(د) سرعة الحصول على المعلومات:

توصف شبكة الانترنت بالطريق الإلكتروني السريع للمعلومات نتيجة التقنيات المتوفرة فيها والتي مكنت العالم أجمع من الوصول إلى المعلومات المتاحة على الشبكة في الوقت نفسه.

في كل يوم تظهر من البرامج والنظم الاتصالية ما يزيد من سرعة تناول المعلومات عبر الشبكة مثل تقنية حزمة الإنترنت فائقة السرعة Broadband Internet.

في المجال الإعلامي سعت الكثير من المواقع الإخبارية لتفعيل خاصية سهولة الحصول على المعلومات التي توفرها الإنترنت، حيث طورت العديد من الصحف الإلكترونية نظامها التحريري ليوافق السرعة المتناهية التي تتمتع بها الشبكة، فاعتمدت بعض تلك الصحف والمواقع الإلكترونية على تقنيات عالية السرعة لمواكبة الأحداث وبما يمكنها من التحديث المستمر للمعلومات والأخبار

تكنولوجيا جافا المتطورة للنشر الإلكتروني Rapid Publish التي تقوم بربط غرف التحرير الصحفية بالشبكة مما يسمح بعرض الأخبار فور حدوثها مع تحديث هذه الأخبار بشكل مستمر.

❖ مميزات استخدام الانترنت:

إن مميزات استخدام الانترنت عديدة جداً ولكن يمكن ذكر تلخيص أهمها بما يلي:

- الخروج من محيط البلد الضيق إلى مساحة العالم الرحبة؛
- تتيح الإنترنت للباحث القدرة على الحصول على المعلومات من مختلف أنحاء العالم، وتسمح له بالاطلاع على كل ما كتب في بحثه ومسأله العلمية.
- تعدد المصادر والتحديث المستمر؛

الإنترنت "بوابه المعلومات" تسمح للباحث أن يجد ما يحتاجه من مصادر مختلفة، ولا يعتمد على الكتب التي صدرت في بلد معين مثلاً، أو الموجودة في مكتبة جامعية ما، وإنما أمامه بوابة، ما إن يفتحها حتى تقدم له ما يحتاجه يأتيه من كل حدب وصوب.

- سهولة الوصول للمعلومة، وتوفير وقت الباحث:

إن وجود محركات البحث المتعددة والمتطورة بما فيها من قدرة عالية وسهولة على البحث والتصفح، تمكن أي باحث من البحث دون الحاجة إلى مساعدة من أحد، إضافة إلى تعدد هذه المحركات وهذا ما يتيح البحث في أكثر من محرك في آن واحد، أو الانتقال من محرك إلى آخر عند عملية البحث مما يؤدي إلى استحضار المعلومات المطلوبة من أكثر من مكان، كما أن تواجد محركات البحث يسمح للباحث أن يصل للمعلومة من خلال عدة مداخل، عبر الكلمة أو الموضوع أو الكاتب أو جهة النشر أو الجامعة أو البلد أو غير ذلك، وعملية البحث المباشر، ابتداءً من

← السمات الشكائية للاتصال عبر شبكة الإنترنت

إعداد البحث، ووضع إستراتيجية له إلى تنفيذه، والحصول على النتيجة تستغرق في المتوسط ما يتراوح بين ثلاثين وأربعين دقيقة فقط، وهو وقت قليل مقارنة بالوسائل الأخرى.

- حداثة المعلومات:

لعل أهم ما يميز الإنترنت هو ما تتميز به من قدرة 'مثالية' على تحديث معلوماتها، فأي تطوير أو تحديث في كتاب سنوي مثلاً يحتاج عامًا كاملًا انتظارًا لصدور العدد السنوي منه ليتم هذا التعديل، والحال أصعب عندما يكون الأمر مرتبطًا بطبعات الكتب غير محددة الموعد، أما الإنترنت فالأمر لا يستغرق سوى بضع دقائق يتم خلالها تعديل المعلومة أو تحديثها أو إضافة معلومة جديدة.

- انفتاح الإنترنت ماديًا ومعنويًا:

إن بإمكان أية شبكة فرعية أو محلية أن ترتبط بالإنترنت وتصبح جزءًا منها بصرف النظر عن موقعها الجغرافي أو توجهها الديني أو الاجتماعي أو السياسي؛ ولهذا حققت الإنترنت ما لم تحققه أية وسيلة أخرى في تاريخ البشرية، فبينما احتاجت خدمة المذياع نحو أربعين عامًا حتى يصبح لديها خمسون مليون مشترك؛ واحتاجت خدمات التلفزة 'التليفزيون' إلى ثلاثة عشر عامًا لتحقيق ذلك الرقم، نجد أن الإنترنت قد حققت في نحو أربعة أعوام أكثر من ذلك الرقم، وهو في تزايد مطرد ومستمر فقد تجاوز عدد المستخدمين للإنترنت اليوم الثلاثمائة مليون مستخدم.

- عدم التقيد بمساحات محددة أو أماكن بعينها:

المادة معروضة مدة أربع وعشرين ساعة ويمكن الحصول عليها في أي مكان وزمان.

- المساعدة على التعلم التعاوني الجماعي:

ويمكن أن نسميها 'مجتمع الباحثين' إن جاز التعبير؛ حيث تقدم الإنترنت إمكانية الوصول إلى الباحثين أو المتابعين في مختلف أنحاء العالم، بل تمنح الإنترنت الفرصة للتواصل مع العلماء والمفكرين والباحثين المتخصصين والحصول على آرائهم وتوجيهاتهم، وهذا أمر - ولا شك - مهم وأساسي في احتياجات الباحث العلمية، كما تسمح بتداول الحوار العلمي بين المختصين، وهو ما يثري البحث العلمي وينميه ويطوره.

- حرية المعلومات ومنع الاحتكار:

تساعد الإنترنت على حرية المعلومات متجاوزة مشكلات الرقابة وتتيح كذلك التساوي بين العديد من الدول، وتتيح كذلك التساوي بين الناس في تهيلة الوصول للمعلومات، فلا تحتكر هذه المعلومات لصالح جهة ما أو مكان واحد أو بلد بعينه، وهذا كله يسهم بدوره في حرية التفكير وفي تحقيق الحرية الفكرية، ويمنح الباحث فرصة الاطلاع على كافة الآراء والأقوال فيما يبحث فيه دون أن يقيد بقيد سياسي أو فكري أو معلوماتي.

❖ سلبيات استخدام الانترنت:

إن لكل شيء في الدنيا ساح ذو حدين له ايجابياته وسلبياته، أما الانترنت فحاض سلبياته خصوصا في المجال الإسلامي:

- في مجتمع شرقي محافظ اغلبه من المسلمين فإن المواقع اللا أخلاقية التي تكثر وتتكاثر في الإنترنت والتي يتم نشرها ونسبها بأساليب عديدة في محاولة لإجتذاب الأطفال والمراهقين إلى سلوكيات منحرفة ومنافية للأخلاق.
- عدم صحة بعض المعلومات التي تكون موجودة على الانترنت، وهنا على الباحث التمحيص والبحث من عدة مصادر لتأكد من المعلومة التي يريد.

- نشر مفاهيم العنصرية.
- الدعوة لأفكار غريبة مناقضة لديننا وقيمنا ومفاهيمنا والتي تعرض بأساليب تبهر المراهقين مثل عبادة الشيطان والعلاقات الغريبة الشاذة.
- الإفراط في استخدام اللهجات المحكية العامة والابتعاد عن استخدام اللغة العربية الفصحى. في غرف الدردشة والمنتديات والرسائل الإلكترونية.
- ممارسة انتهاك حقوق الملكية. بوضع نسخ للكتب والأغاني والأفلام على سبيل المثال في مواقعهم أو تداولها فيما بينهم من خلال أجهزتهم مباشرة.

الوحدة الثامنة



الإعلام الإلكتروني

الوحدة الثامنة الإعلام الإلكتروني

مهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الاعلام، إلا أنها تلتقي في نقطة واحدة وهي أنه لا يمكن تحديد مفهوم دقيق للاعلام دون ربطه بطبيعة المجتمع الذي يتوجه إليه بجميع مقوماته السياسية والاجتماعية والاقتصادية.

وقد عرف المختصون الاعلام بأنه: الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط مستقر بغرض التعريف مما يجري داخل الوطن الواحد بواسطة الاخبار والانباء المختلفة الانواع والتعليم والترفيه واشباها لرغباتهم في فهم ما يحيط بهم من ظواهر.

ومن التعريفات الاخرى للاعلام هو: العلم الذي يدرس اتصال الانسان اتصالاً واسعاً بأبناء جنسه، اتصالاً وهي إدراك وما يترقب على عملية الاتصال هذه من اثر ردود فعل، وما يرتبط بهذا الاتصال من ظروف زمانية ومكانية ومكانية ونوعية وما شابه ذلك.

ويشكل آخر الاعلام هو عبارة عن إستقصاء الانباء الآنية ومعالجتها ونشرها على الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الاعلام الحديثة.

إلا أن ظهور الانترنت بدأت تظهر نفسها وبدأت تظهر ملامح الاعلام الإلكتروني داخل الشبكة.

ولعل الضجة الاعلامية التي أثارت حول شبكة الانترنت لم تأت من فراغ، حيث تشكل الانترنت إحدى إنجازات الثورة التكنولوجية وقد ساد الاعلام ووسائله الإلكترونية الحديثة ساحة الثقافة ويؤكد على محورية الاعلام في حياتنا المعاصرة ذلك الاهتمام الشديد التي تحظى به قضايا الفكر والتنظير الثقافي المعاصر، حتى جاز للبعض أن يطلق عليها ثقافة التكنولوجيا، ثقافة الميديا.

❖ تعريف الاعلام الالكتروني؛

ويمكن تعريف الاعلام الإلكتروني (Electronic media) نوع جديد من الاعلام يشترك مع الاعلام التقليدي في المفهوم، والمبادئ العامة والاهداف ويتم عبر الطرق الالكترونية وعلى رأسها الإنترنت،

ما يميزه الاعلام الإلكتروني عن الاعلام التقليدي هو اعتماده على وسيلة جديدة من وسائل الاعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الاتصال التقليدي، بهدف إيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر،

يتيح الانترنت للأعلاميين فرصة كبيرة لتقديم موادهم الاعلامية المختلفة، بطريقة الكترونية بحتة دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية كمحطات البث، المطابع وغيرها بطرق تجمع بين النص والصورة والصوت. والتي ترفع الحاجز بين المتلقي والمرسل ويمكن أن يناقش المضامين الاعلامية التي يستقبلها، إما مع إدارة الموقع أو مع متلقي آخرين.

هذا واضحاً أن نشأة أي وسيلة إعلامية جديدة لا تلغي ما سبقها من وسائل، فالمذياع لم يلغ الصحيفة والتلفاز لم يلغ المذياع، ولكن الملاحظ أن شكل طرق الاعلام المستحدثة يخصص الكثير من جمهور الطرق القديمة ويغير أنماط الاستخدام وفقاً لإمكانيات الوسيلة الجديدة.

فرض ظهور الإنترنت ومن بعد الاعلام الإلكتروني واقعاً مختلفاً تماماً، إذ أنه لا يعد تطوراً فقط لوسائل الاعلام السابقة وإنما هو وسيلة احتوت كل ما سبقها من وسائل، فأصبح هناك الصحافة الإلكترونية المكتوبة، وكذلك الاعلام الإلكتروني المرئي والمسموع، بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط والتداخل بينها أفرز قوائم إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا يمكن حصره أو التنبؤ بإمكانياته.

❖ تاريخ وتطور الاعلام الالكتروني:

بعد النجاح السريع الذي حققته منذ ظهورها كأداة للسلطة (بالنسبة للحكومات) ووسيلة للنقاش والمظاهرة (للمواطنين) وطريقة سهلة للوصول إلى المعلومات وتبادلها بين مختلف مكونات المجتمع، تحولت الانترنت إلى جزء من الحياة اليومية لعدد كبير من الأشخاص عبر العالم، واستطاعت في فترة زمنية وجيزة الدخول إلى كافة البيوت.

منذ سنوات قليلة لم يكن هناك وجود لمواقع التواصل الاجتماعي "فيس بوك"، "تويتر" و"يوتيوب"، وكانت شركة "أبل" تمر بمشاكل مالية صعبة، وكان "التدوين" هو الوسيلة المفضلة لدى السياسيين ويستخدمونها بكثرة.

أما الآن، فتغير وجه الشبكة العنكبوتية تماما من خلال شبكات التواصل الاجتماعي التي حققت ثورة هائلة في وسائل الاتصال، وأصبح المرء حائرا بين "فيس بوك"، "تويتر"، "يوتيوب" "انستغرام" وجوجل.

في دراسة أجرتها جامعة دبي بالإمارات العربية المتحدة ونشرت في العام 2011، أظهرت أن مواقع التواصل الاجتماعي، وخصوصا "فيس بوك" و"تويتر" قد لعبت دورا كبيرا في ثورات الربيع العربي، حيث كان النشطاء يدعون إلى المظاهرات والاحتجاجات من خلال تلك المواقع، كما ينشرون الأحداث التي تجري الأرض عبرها، بعد أن منعت أنظمة تلك الدول وسائل الإعلام التقليدية من تغطية تلك الأحداث.

نقد أذابت الشبكة العنكبوتية وتقنية "نافو تكنولوجي" بين العالم الافتراضي على الانترنت والواقع الحقيقي، وربما تكون لها آثار سلبية علينا جميعا من عدة أوجه (البيئة، الصحة، الحرية وجودة الصحافة) لكن تلك الآثار لم تظهر حتى الآن على الأقل.

وجاءت ثورة مواقع التواصل الاجتماعي لتلقي بعبء ثقيل على الصحافة التقليدية التي تسبب ظهور الإنترنت أصلاً في حالة من الضعف لها. الصحف والجرائد خسرت الكثير من قرائها، وياتي مطالبة بإيجاد آلية أخرى لجذب الاهتمام، كما أن القنوات الفضائية التي كانت تتسابق في إيراد الأخبار العاجلة أصبحت مجبرة على التنافس مع "تويتر" و"فيس بوك" في هذه الخاصية للحفاظ على متابعيها.

❖ المصطلحات الأساسية في الإعلام الإلكتروني:

- صحافة: هي المهنة الصحافية، ومجموعة الصحف، وهي حرفة وفن وصناعة تؤدي وظائف مختلفة أهمها الإعلام والتعليم والترفيه والإقناع والتفسير.
- صحافة الإنترنت: لم يتلبز بعد تعريف متكامل لصحافة الإنترنت حيث يطلق عليها في بعض المصادر صحيفة الوب Web Journalism ويطلق عليها أيضاً الصحافة الشبكية على الخط Online Journalism وبينما تطبع الصحف التقليدية على الورق فإن صحافة الإنترنت تضع مادتها على الشبكة وسيستخدم الباحث تعبير صحافة الإنترنت إلا إذا جاءت بتسمية أخرى مثل الصحافة الإلكترونية أو غير ذلك في أحاديث لباحثين آخرين.
- المواقع الإلكترونية: يطلق عليها بالانكليزية Web Sites، ويتم الوصول إليها عبر محدد موقع المصدر - Uniform Resource Locator URL أو عنوان الموقع الذي سيطلبه مستعرض الويب Web browser ولها أنواع وأشكال مختلفة وسيستخدم الباحث تعبير المواقع الإلكترونية للدلالة عليها.
- الفضائية الاخبارية: وهي نمط من انماط التلفزيون الذي يكرس جل وقته للأخبار والتعليق عليها والبرامج الاخبارية ويستخدم الاقمار الصناعية للوصول الى مشاهديه، وسيستخدم الباحث تعبير الفضائية الاخبارية. والفضائيات الاخبارية إلا إذا جاءت بتسمية أخرى من قبل باحثين آخرين مثل القناة أو القنوات، التلفزيون والتلفزيونات أو المحطة والمحطات.

❖ تطور الاعلام الالكتروني عبر التاريخ

1. 1972 اكتشاف راي توملينسون البريد الإلكتروني.
2. 1991 جامعة مينيسوتا الأمريكية تطور واجهة سهلة الاستخدام للانترنت.
3. يناير 1995 إطلاق نطاق ياهو دوت كوم.
4. سبتمبر 1997 إطلاق عملاق البحث على الشبكة العنكبوتية جوجل .
5. 1998 شركة مايكروسوفت نظام التشغيل "ويندوز 98".
6. 1999 صحيفة الجارديان البريطانية تطلق نسختها الإلكترونية.
7. فبراير 2004 إطلاق موقع "فيس بوك" لطلبة جامعة هارفارد، قبل أن يصبح الموقع الأكثر شعبية على الإنترنت حيث وصل عدد مستخدميه في 2012 أكثر من مليار شخص.
8. يوليو 2006 إطلاق موقع "تويتر" الذي وصل عدد مستخدميه في 2012 أكثر من 500 مليون شخص.
9. أكتوبر 2006 إطلاق موقع ونطاق ويكيبيكس.
10. خلال الفترة من 2000 إلى 2009 ارتفع عدد مستخدمي الانترنت في العالم من 394 مليون شخص إلى مليار و858 مليون شخص.
11. في 2010: استخدم 22 % من سكان العالم الكمبيوتر مليار شخص يستخدمون محرك البحث على الانترنت جوجل يوميا 300 مليون شخص يقرؤون المدونات ملياري فيديو يتم عرضها على موقع يوتيوب يوميا
12. في ديسمبر 2010، يائع الخضراوات التونسي محمد البوعزيزي يحرق النار في نفسه احتجاجا على سوء الأوضاع في بلاده، وتسببت وفاته في اشتعال ثورة شعبية أسقطت نظام الرئيس بن علي، ووصلت إلى عدد من الدول العربية فيما عرف لاحقا بـ "الربيع العربي". والتي كان مواقع التواصل الاجتماعي والاعلام الالكتروني دور كبير في انتشارها :
13. في عام 2011: بلغ عدد مستخدمي الانترنت في العالم قرابة ملياري شخص (30% من سكان العالم).

14. في مارس 2011: أظهر استطلاع للرأي عن استخدام وسائل الإعلام الاجتماعي في الدول العربية أن 90 ٪ من الشباب التونسي والمصري المشاركين في الاستطلاع استخدموا "فيس بوك" للدعوة للمظاهرات أو نشر أخبارها.

15. في يونيو 2012: بلغ عدد مستخدمي الانترنت في العالم حوالي 2.4 مليار شخص (34 ٪ من سكان العالم).

16. في 13 ديسمبر 2012، مجلة نيوزويك الأمريكية تعلن إيقاف طبعتها الورقية نهائيا والاعتماد على النسخة الإلكترونية فقط.

❖ الخصائص التي تميزها الاعلام الالكتروني:

ان خصائص وميزات الاعلام الالكتروني كثيرة ولكن يمكن تلخيص اهمها في ما يلي:

(1) خاصية التنوع:

كان الصحفي يواجه مشكلة المساحة المخصصة لانجاز مقالة إخبارية ما على مستوى الصحافة التقليدية "الورقية"، وبما أن الصحافة تعيش على التوازن بين الفضاءات المخصصة للتحريير، والمساحات الأخرى كالأشهار، كذلك كانت مهمة الصحفي تتمثل في إنجاز عمل صحفي يوفق بين المساحة المخصصة للتحريير وبين تلبية حاجيات الجمهور.

هنا جاء دور "نسيج" الانترنت الذي يسمح بإنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدود نظريا، يمكن من خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام، وطريقة النص الفائق "Hyper text" هي المحرك لهذا التنوع في الاعلام، والذي يمكن من إيجاد نسيج إعلامي حقيقي يستخدم أنماطا مختلفة من المقاريات، والمصادر والوسائل الاعلامية ترتبط فيما بينها جميعا بشبكة من المراجع.

ب) خاصية المرونة:

تبرز خاصية المرونة بشكل جيد بالنسبة للمتلقي "مستخدم الانترنت"، إذ يمكن له إذا كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالانترنت، أن يتجاوز عددا من المشكلات الاجرائية التي تعترضه، ويلعب الحاسوب هنا دورا مزدوجا فهو من جهة الوعاء المادي الذي يؤمن الاتصال بالانترنت والتعامل معها، بالإضافة إلى وظيفته الأساسية المتمثلة في معالجة المعلومات وتخزينها بمختلف الاشكال والطرق. وكلما ازدادت قدرات الحاسوب، ازدادت مرونة التعامل مع الانترنت من الناحية التقنية

أما على المستوى الاعلامي، تبرز خاصية المرونة، من خلال قدرة المستخدم على التوصل بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع، وهذا ما يتيح له فرصة انتقاء المعلومات التي يراها جيدة وصادقة، والتمييز بينها وبين المواقع التي تقدم معطيات مزيفة، مع العلم أن القدرة على تزييف المعلومة قد ازدادت كثيرا مع ظهور الانترنت التي سهلت كثيرا من عمليات تركيب الصور وتعديل الاصوات وغيرها

❖ الفرق الهامة بين الاعلام الالكتروني وبين الاعلام التقليدي:

١) المساحة الجغرافية:

يمكن للموقع الاعلامي أن يصل عن طريق الانترنت إلى مختلف انحاء العالم على عكس عدد كبير جدا من وسائل الاعلام التقليدية التي تكون مقيدة في أغلب الاحيان بحدود جغرافية محددة. وحتى إذا تمكنت بعض وسائل الاعلام التقليدية من تجاوز "محلّيتها" فإنها لا تضمن نشر رسائلها الاعلامية إلا على عدد محدود من المتلقين في العالم، لذلك تسعى غالبية الوسائل الاعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة الكترونية لها في الانترنت.

(ب) عامل الكلفة:

يبرز هذا العامل خاصة على مستوى الصحافة المكتوبة، وبشكل أكبر عندما يتم تأسيس موقع إعلامي إلكتروني من حيث أنه يوفر على صاحب جريدة ما جزءاً من تكاليف طبع وتوزيع النسخة الورقية للجريدة ويضمن له في الوقت نفسه عدداً أكبر من القراء.

لكن هناك إشكالية تعترضنا في هذا المجال، حيث يمكن لمدير الصحيفة من تغطية ميزانية الجريدة من خلال النسخة الورقية، ويمكن أن يغطي جزءاً آخر من الميزانية من مردودية الأشهارات، وهذا ما يختلف عند الحديث عن تأسيس موقع إلكتروني للصحيفة من ناحية المردودية وهنا نلاحظ عامل الكلفة بالنسبة للصحيفة، فالصحيفة الناجحة تحاول أن توافق بين إصدار أعداد ورقية، وفي نفس الوقت تحاول إنشاء موقع لها على شبكة الانترنت.

(ج) عنصر التفاعلية:

إن أحد أهم الفروق التي تميز الصحيفة الالكترونية عن الصحيفة الورقية، بل وتميز الاعلام الجديد عن الاعلام التقليدي القديم، هي ميزة التفاعل، والذي يكون في بعض الاحيان مباشراً، ويتيح عنصر التفاعلية للزائر إمكانية التفاعل المباشر مع مصممي الموقع وعرض آرائه بشكل مباشر من خلال الموقع، وكذلك المشاركة في منديات الحوار بين المستخدمين، والمحادثة "Chating" حول مواضيع يتناولها الموقع، أو طرحها زوار ومستخدمو الموقع وكذلك النقاش البريدية، كما يتيح عنصر التفاعلية إمكانية التحكم بالمعلومات والحصول عليها، وإرسالها وتبادلها عبر البريد الإلكتروني.

وأهم خاصية أتاحتها الانترنت في هذا المجال هي عملية التفصيل الشخصي للمعلومات "Personnalisée" وينتج عن هذه الخاصية إتاحة إمكانية لزيارة الموقع لإختيار المواضيع، أو المقالات الإخبارية، أو خدمات يرغب المستخدم في

الحصول عليها بشكل مسبق، وفي جميع الأحوال، لا ينبغي الظهور هذا النوع الجديد من الاعلام بكل ما يمتلك من خصائص مهمة، أن يحجب عنا بعض الإشكاليات والمساوئ التي يحتمل أن ترافق الاعلام الإلكتروني، حيث تطورت تقنيات التزييف بشكل كبير، وخاصة مع ظهور الاجيال الحديثة من الحواسيب المتطورة القادرة على تغيير شكل المعلومات وخاصة على مستوى الصور، كما أن ترويج هذا النوع من "الاخبار" الزائفة أصبح أكثر سهولة من خلال الانترنت.

إن الاعلام الحديث كغيره من أمور العصر بات في مفترق طرق، فعلى الرغم من ثرائه التقني وأهميته السياسية والاقتصادية، والثقافية، مازال التنظير له قائم بين العلوم الانسانية ونظريات المعلومات والاتصالات، وعلى ما يبدو فإن الاعلام يحمل في جوفه تناقضا جوهريا، فيكمن تناقضه في حيرته بين رسالة الاعلام وهو الاملان وبين مراعاة مصالح الحكام والحرص على مصلحة الحكوميين، وما بين غايات التنمية الاجتماعية ومطامع القوى الاقتصادية التي تعطي الأولوية للاعلام الترفيهي لا التنموي وقد بدت مظاهر التناقض الجوهري أكثر وضوحا، في ضوء متغيرات عصر المعلومات.

وكما هي الحال على جبهتي اللغة والتربية، حيث بات الاعلام في أمس الحاجة إلى رؤية جديدة ومغايرة، فالمنظومة الاعلامية بصورتها الحالية تعد مثالا صارخا لإساءة استخدام التكنولوجيا، ويكفي دليلا على ذلك، تلك الهوة الفاصلة بين غايات الاعلام وواقعه، وبين زيف أقنمته وحقيقة مواضعه

ونشير هنا أيضا إلى المنافسة بين المواقع الاعلامية الإلكترونية قد تحسم الأمور لصالح المواقع الأكثر تطوراً من الناحية التقنية والأكثر حجماً على مستوى المضمون، كما أن هذه المنافسة قد تساهم في التخفيف من طموح وسائل الاعلام المحلية التي ترغب في إحتلال مساحة ما على الانترنت خدمة لمصالح جمهورها والذي تجده الجمهور قد يتخلى عن وسائل الاعلام المألوفة له، لصالح

وسائل أخرى لها القدرة على مدّه بالمعلومات التي يرغب فيها أكثر من تلك الوسائل المحلية، كما هو الشأن في أغلب دول العالم الثالث.

وفي كل الأحوال يمكن أن يجد إعلامنا مكانة داخل الانترنت، بالرغم من السيل المعلوماتي.

❖ أشكال الإعلام الإلكتروني:

في ما يلي بعض من أهم أشكال الاعلام الإلكتروني:

- المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.
- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع على الشبكة، وحزم النشر الصحفي.
- الإذاعة الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني: خدمات البث الحي للإذاعات والتقنوات التلفزيونية على مواقع خاصة على الشبكة ومن خلال "حزم البث الإذاعي والتلفزيوني" والتي تحملها الشبكة إلى المتلقي مباشرة وإلى مختلف المواقع.
- خدمات الأرشفة الإلكتروني.
- الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني عبر مختلف المواقع على الشبكة.
- خدمات إعلامية إلكترونية متنوعة: تواصلية ومعرفية وترفيهية.
- المدونات (Blogs).
- خدمات البث عبر الهاتف الجوال، وتشمل:
 - البث الحي على الهاتف الجوال.
 - بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة SMS وMMS ، وغيرهما.
 - بث خدمات الأخبار العاجلة.

❖ خصائص الإعلام الإلكتروني:

يرى الخبراء أن الإعلام الإلكتروني يوضعه الحالي، يتسم بما يلي:

- إعلام مفتوح.
- الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفف من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميته.
- تخطي حدود الدول.
- تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية.
- تنوع وشمول المحتوى.
- حرية وسهولة النفاذ إلى المعلومة.
- توسيع دائرة المنافس الإعلامي.
- الاعتماد على خدمات تفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي.
- تنامي دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي.
- ظهور أشكال جديدة من الإعلام مثل "إعلام الفرد" القائم على البحث الشخصي.

❖ الإشكاليات التي تواجه انتشار الإعلام الإلكتروني:

- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة ومصادقية العديد من البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى التمييز المتواصل للقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم وتوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها، فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

- تفتتت دائرة التلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية.
- ارتكاب الجرائم الإلكترونية باستخدام التقنيات الحديثة.

❖ بيئة الإعلام الإلكتروني:

ظلت بيئة العمل الإعلامي لسنوات طويلة تتبع منهجاً يقوم على النموذج الخطي الذي ينتقل خلاله المحتوى الإعلامي من نقطة إلى نقطة في مسار محدد حتى يصل إلى الجمهور في صورة خبر أو تقرير أو رسالة عبر الأثير لتلقطها الأذن أو عبر التليفزيون أو عبر الصحف الورقية.

في المقابل تغير المسار الخطي لبيئة العمل الإعلامي الإلكتروني ليتخذ مساراً يتسم بالتنوع وقائم على التعدد والبدائل والخيارات والسهولة والبساطة حيث وضع ضيظاس أربعة مراحل:

• المرحلة الأولى: ساحة الأحداث ومصادر المعلومات

وفيها لا يوجد فقط الصحفيين المحترفين التابعين للصحف أو القنوات الفضائية الإخبارية، بل أصبحت الساحة تضم صحفيون هواة ومستقلين وغير محترفين ذوي انتماءات مختلفة وأهداف مغايرة تماماً جاهزين تماماً للدفع بالأخبار في التوالى والحقة.

• المرحلة الثانية: جهة الاتصال

وفيها يزداد التنوع وتظهر المزيد من التفرعات والقنوات الإلكترونية المتعددة ونماذج عمل مختلفة، ومنهجية ليس لها قواعد أو أسس، فمثلاً وجد صحفيون وغير صحفيين، أيضاً يوجد مؤسسات وهيئات غير صحفية تقوم بدور جهة الاتصال وتنافس الصحفية، منها أفراد مستقلين أو منظمات وجهات دولية، أو

أحزاب أو هواة أو مدونين. وكذلك اختلف الأمر أيضا من ناحية الوظائف الداخلية وطبيعة التعامل مع المعلومات الواردة، فعلى الصحفية القيام بتحرير المعلومة أو الخبر بطريقة تناسب كل مادة على حدة، لأن عليها أن تدير موقعا إلكترونيا ونسخة ورقية في ذات الوقت وتبث عبر الهاتف المحمول خدمة إعلام أيضا، ويات على الوسيلة الإعلامية سواء الإذاعة أو التلفزيون التعامل مع المعلومة بعملية تحرير أيضا ومراجعة الأرشيف الإلكتروني لديها وتحديث قواعد البيانات والبحث عن مصادر ومراجع إضافية للمادة المقدمة، والبحث عن المواقع ذات العلاقة بالقصة الإخبارية المقدمة، مما يتطلب جميعا من وسائل الإعلام أن يتوافر لديها نوعا من التفاعل والتداخل الإيجابي بين الصحفيين من جهة وفريق عمل تقني متكامل، بالإضافة إلى إخصائي تصميم صفحات ويب وإدارة الموقع، وقواعد البيانات وتأمينها وتحديثها وتركيب البرمجيات الخاصة بالتحديث الدوري للمحتوى، لذلك أصبح الدور الإعلامي لوسائل الإعلام في غاية التعقيد مما يتطلب وجود تنسيق متكامل بين الفئات والمتخصصات الإعلامية لخلق التكامل والانسجام في العمل الإعلامي

● المرحلة الثالثة: وسيلة الاتصال

وهنا نحن بصدد نسخة ورقية مطبوعة، لكن من موقع الوسيلة الإعلامية على الأنترنت أو قناة معلومات صحفية تبينها المحتوى بمقابل مادي، وفي شكل الأحوال نحن أمام وسائل متنوعة تمثل الوسيلة الإعلامية المطبوعة مموّدا الفكري فيما تعمل الوسائل الأخرى كأجزاء داعمة لقدرتها على المنافسة وتنويع مصادر الدخل.

● المرحلة الرابعة: الجمهور المتلقي

وهنا من المنطقي بالطبع أن تصل بنا المراحل الثلاث السابقة إلى جمهور مختلف كليّة عن جمهور النموذج الخطي، فالخدمات والمنتجات المتنوعة تهيئ الفرصة لجمهور مزود بقدر من البدائل والأدوات التي تنقله من جمهور يتلقى بسلبية على جمهور يتفاعل بإيجابية، ليس فقط مع ما يقدم له ولكن أيضا مع

مقدم الخبر أو من صنعه، فموقع الوسيلة الإعلامية على الأنترنت أصبح اليديل السريع الذي يتيح للجمهور الوصول للكتاب والصحفيين فوراً وبعضها الآخر يتيح للجمهور الاستماع إلى ما يجري في ساحة الأحداث لحظياً.

أيضاً تحول جمهور وسائل الإعلام الجديد من جمهور يقرأ الوسيلة الإعلامية من جمهور يقرأ فقط إلى جمهور يسمع ويرى ويبحث ويتفاعل، بل مشاركا من خلال ما يبديه من تعليقات وآراء يمارس عليها أيضاً نوع من السيطرة غير فرض بعض المعلومات ويتقبل البعض الآخر، بل وأحياناً يصبح صانعا للأخبار.

وفي بيئة الإعلام الجديدة يملك الجمهور كل ما تملكه المؤسسات الإعلامية في العالم، من أدوات عبر شبكة الأنترنت يستطيع طبع النسخ، ويستطيع أن يوزعها على مستوى العالم لو أراد، ويملك قسم تصوير وفيديو وتسجيل صوتي سواء بأجهزة تقنية عالية أو من خلال الهاتف المحمول الذكي.

وهذا بالضبط التحدي الذي يواجه الإعلام التقليدي بكل صوره (مطبوع، مسموع، مرئي) فلم يعد الجمهور متلقي فقط أو مفعولاً به، بل شريكاً في صناعة الرسالة الإعلامية، وأصبح شاملاً في الوسائط الجديدة من المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي.

« الوحدة الخامسة »



الصحافة الإلكترونية

الوحدة التاسعة

الصحافة الإلكترونية

طوال ما يربو على الستة قرون امتداد الانسان على الكلمة المطبوعة كشكل ومحتوى يقدم له الاخبار والمعلومات فيما عرف بالصحيفة التي اتخذت بدورها انماطاً عدة، وشهدت مراحل تطورية مختلفة في آليات التصنيع والطباعة والمضمون.

ويسبب هذه الفترة الطويلة التي عاشت خلالها الصحيفة فقد تشكل نوع من الالفة بينها وبين الانسان، وباتت الصحف مظهراً لا غنى عنه في أي مجتمع، بل انها أصبحت رمزاً سيادياً للدول والحكومات، ودخلت ككوسيط في الصراعات السياسية والأيدلوجية، وأصبحت أحد الأدوات الأساسية للمعلومات والآراء في هذا العصر حتى قيل على سبيل التشبيه ان الطبعة اليومية لجريدة مثل النيويورك تايمز تتضمن معلومات تفوق ما كان يحصل عليه الفرد في القرن السابع عشر على مدى عمره كله.

ولعل الانسان المعاصر قبل عقد واحد من الان، كان يمكن ان يتوقع أي تطور ممكن في شكل تقديم الصحيفة او مضمونها او اساليب توزيعها، لانه اعتاد على التطوير ضمن هذه الحدود، لكن احدثاً لم يكن ليتخيل ان الصحيفة المطبوعة على الورق التي رافقته مئات السنين يمكن ان تختفي خلال سنوات معدودة، بعد ان بدأت تعيد حسابات نمطها التقليدي السائد امام ثورة الحاسوب والمعلوماتية غير المسبوقة في تاريخ التطور الانساني، وبات امامنا شكل صحفي جديد نقرأ فيه الاخبار والمعلومات والآراء ونشاهد الصور، ولكن عبر شاشة الحاسوب ومن خلال شبكة الانترنت بلا ورق ولا أحبار فيما بات يعرف اليوم بالصحافة الالكترونية.

تعتبر الصحافة الإلكترونية من الوسائل الإعلامية الحديثة مقارنة بالوسائل الإعلامية الأخرى من حيث النشأة والانتشار، إلا أنها سرعان ما لاقت انتشاراً واسعاً وقاعدة جماهيرية كبيرة من حيث التفاعلية وزيادة عدد المستخدمين،

وجلبهم من الشيايب، الأمر الذي جعل هذه الوسيلة في مقدمة الوسائل الإعلامية من حيث الاستخدام والاطلاع.

وقد فتحت الصحافة الإلكترونية عصراً جديداً فيما يتعلق بحرية التعبير، وقد تمت نافذة لممارسة عمل صحفي لا تحده قيود أو حدود أو رقابة، وكما وضعنا ظاهرة الصحافة الإلكترونية أمام واقع جديد يمكن أن يقدم الوجه الآخر والرأي الآخر بمنتهى السهولة واليسر.

استطاعت بعض المواقع الإخبارية الإلكترونية العربية والعالمية أن تثبت حضورها وتفوقها وأصبحت مرجعية إخبارية في الظروف الجادة والهرجة، وأصبح من الطبيعي أن يلجأ إليها الفرد العادي والمهتم أو المختص في السياسة وغيرها.

ومثلما حدث على المستوى العالمي من ولادة مواقع إخبارية إلكترونية، تمخضت المنطقة العربية عن عدة مواقع إخبارية إلكترونية بعضها تصنع الخبر، ولا تكتفي بإعادة تصديره بعد التقاطه من الوكالات وشبكات التلفزيون والإذاعة، وتعتبر صحيفة إيلاف التي صدرت في لندن عام 2001 أول صحيفة إلكترونية عربية، كما تعتبر وكالة عمون الإخبارية أول صحيفة إلكترونية متخصصة إخبارياً في الأردن أنشئت عام 2006.

وقد نمت الصحافة الإلكترونية الأردنية، وظلت تتقدم إلى الأمام وتكرس لنفسها وجوداً ملحوظاً، ومساحة واسعة لحرية الرأي والتعبير، وترسخت بصمات واضحة، وأصبح لها قراؤها الذين يثقون بها، وبما تنقله من أخبار.

❖ تعريف الصحافة الإلكترونية:

استوقفت ظاهرة الصحافة الإلكترونية الكثير من الباحثين والدارسين، فتابعوها بالرصد والتحليل، وكانت نتيجة ذلك ظهور الكثير من التعريفات الخاصة بها منها مثلاً:

- الصحافة الإلكترونية: تنوع من الاتصال بين البشر، يتم عبر الفضاء الإلكتروني الإنترنت وشبكات المعلومات والاتصالات الأخرى تستخدم فيه فنون وآليات ومهارات العمل في الصحافة المطبوعة، مضافاً إليها مهارات وآليات تقنيات المعلومات التي تناسب استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط أو وسيلة اتصال، بما في ذلك استخدام النص والصوت والصورة والمستويات المختلفة من التفاعل مع المتلقي، لاستقصاء الأنباء الآنية وغير الآنية، ومعالجتها، وتحليلها، ونشرها على الجماهير عبر الفضاء الإلكتروني بسرعة.
- كما عرفت الصحافة الإلكترونية بأنها: وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط، تنشر فيها الأخبار والمقالات، وكافة الفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية - الإنترنت - بشكل دوري وبرنامج مسلسل، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى القارئ من خلال شاشة الحاسب الآلي، سواء كان لها أصل مطبوع، أو كانت صحيفة إلكترونية خالصة.

❖ نظرة تاريخية،

- على الرغم من عدم القدرة على التحديد الدقيق لتاريخ بداية أول صحيفة إلكترونية فإنه يمكن القول إن صحيفة (هيلزنبورج داجبلاد) السويدية هي الصحيفة الأولى في العالم والتي نشرت إلكترونياً بالكامل على شبكة الإنترنت عام 1990
- وفي عام 1992 أنشأت شبكات أوندلاين أول صحيفة إلكترونية على شبكة أميركا أوندلاين.
- انطلق أول موقع للصحافة الإلكترونية على الإنترنت عام 1993 في كلية الصحافة والاتصال الجماهيري في جامعة فلوريدا وهو موقع بالتو أوندلاين
- في 19 يناير 1994 جاء موقع التوبالو ويكلي، لتصبح الصحيفة الأولى التي تنشر بانتظام على الشبكة، وتعد هذه الصحيفة أول النماذج التي دخلت

صناعة الصحافة الإلكترونية بطريقة كبيرة حيث أصبحت الصحافة جزءاً لا يتجزأ من تطور وتوزيع شبكة الإنترنت.

- في آسيا فقد بدأ ظهور الصحف الإلكترونية بصور صحيفة China Daily The في الصين، وصحيفة Asahi Chimbon في اليابان
- وتمت صحيفة "واشنطن بوست" أول صحيفة أميركية تنفيذ مشروعاً مكلف تنفيذه عشرات الملايين من الدولارات، يتضمن نشره بعدها الصحيفة يعاد صياغتها في كل مرة لتغير فيها الأحداث مع مراجع وثائقية وإعلانات مبهمة، وأطلق على هذا المشروع اسم (الحبر الورقي) والذي كان فاتحة لظهور جيل جديد من الصحف الإلكترونية التي تخلت للمرة الأولى في تاريخها عن الورق والأحبار والنظام التقليدي للتحريروالقراءة، لتستخدم جهاز الحاسوب وإمكانياته الواسعة في التوزيع عبر القارات والدول بلا حواجز أو قيود.
- تمت صحيفة إيلاف التي صدرت في لندن عام 2001 أول صحيفة إلكترونية عربية. واليوم أصبح بإمكان متصفح الإنترنت العربي العثور يومياً على الكثير من الصحف الإلكترونية العربية الوليدة التي لم تتعد أعمارها الأيام أو الأشهر.

❖ أهم سمات ومميزات الصحافة الإلكترونية:

تختص الصحافة الإلكترونية ببعض السمات التي تميزها عن الصحافة المطبوعة، منها:

(1) النقل الفوري للخبر

حققت الصحافة الإلكترونية إمكانيات النقل الفوري للخبر، ومتابعة تطورات، وتعديل نصوصه في أي وقت دون انتظار حلول اليوم التالي؛

بذلك انتهت هذه التقنية واحداً من أبرز ثمرات الصحافة التقليدية في منافستها للراديو والتلفزيون، بل أن الصحف الإلكترونية باتت تنافس هاتين

الوسيلتين في عنصر الفورية الذي احتكرته، وبدأت تسبق حتى القنوات الفضائية التي تبث الأخبار في مواعيد ثابتة، فيما يجري نشر بعض الأخبار في الصحف الإلكترونية بعد أقل من 30 ثانية من وقوع الحدث.

ب) العالمية وانتشار الخبر

للمرة الأولى في تاريخها، تمكنت الصحف من التنقل عبر الحدود والقارات والدول دون رقابة أو موانع أو رسوم، بل وبشكل فوري، ورخيص التكاليف، وذلك عبر الإنترنت، حتى أن هذا الانجاز لا يلغي حقيقة أن الصحف التقليدية ما زالت تعاني نفس الأزمة.

وقد حقق هذا التطور نتيجة عرضية تتمثل بمنح جميع الصحف الإلكترونية بأعدادها الكبيرة فرصة متساوية بالوصول إلى الجمهور في أي مكان من العالم، وبذلك فإن صحفاً مغمورة بات بمقدورها أن تنافس من خلال نسخها الإلكترونية صحفاً دولية كبيرة إذا تمكنت من تقديم أشكال تقنية متقدمة ومهارات إرسال، ونوعية جيدة من المضامين وخدمات متميزة.

ولأن الإرسال عبر الإنترنت سيمضي بالضرورة منح الصحف الإلكترونية صيغة عالمية بغض النظر عن امكانياتها ولأن المضامين هنا يجب أن تكون متوافقة مع هذه الصيغة العالمية، فإن البعض بات يتساءل بجديّة عما إذا كان يصح إطلاق صفة (صحيفة محلية) على الصحف التقليدية التي تصدر لها طبعات إلكترونية.

ج) انخفاض تكلفتها المادية بشكل كبير

يتطلب البث الإلكتروني للصحف عبر شبكة الإنترنت امكانيات مالية أقل بكثير مما هو مطلوب لإصدار صحيفة ورقية، فالصحف الإلكترونية ستستغني عن الأموال التي يحتاجها توفير المباني والمطابع والورق ومستلزمات الطباعة، ناهيك عن متطلبات التوزيع والتسويق، والعديد الكبير من الموظفين والمحررين والعمال

وبذلك أصبح بالإمكان إصدار صحف الكترونية بإمكانات محدودة، يمكن أن تصل إلى مستوى المشاريع الفردية، لكن الأمر يتطلب بالطبع توفير تقنية الانترنت ووجود بنية تحتية متكاملة للاتصالات في البلد.

(د) تحقيق التفاعل بين القارئ والكاتب من خلال التعليقات على الأخبار والمقالات؛

أحدثت تقنيات الصحافة الالكترونية تطوراً جوهرياً في ميدان الصحافة، حيث منحت عملية رجع الصدى (Feed Back) إمكانيات حقيقية لم تكن متوفرة من قبل بوسائل الاعلام، وخصوصاً بالنسبة للصحافة، وبات يمكن الحديث عن تفاعل بين الصحف والقراء بعد أن ظلت العلاقة محدودة وهامشية طيلة عمر الصحافة الورقية.

إن ما يثيره دخول الحاسب إلى عالم الاتصال هو تحول العملية الاتصالية إلى عملية تبادلية بين المرسل والمستقبل بمعنى أن الاتصال سيتحقق عبر اتجاهين (Two way Communication) حيث يتحقق التفاعل بين طرفي العملية الاتصالية وسيمحو دور المستقبل في هذه الحالة ليس فقط إلى الدرجة التي يستطيع معها أن يطلب المزيد من المعلومات، بل سيصل الأمر إلى تحول المرسل العادي إلى منتج للمادة الاعلامية.

ويمكن أن يجد متصفح مواقع الصحف الالكترونية حقول خاصة في شتى الصفحات تتضمن الطلب من القارئ أن يبدي رأياً حول الموضوع المنشور أو يكتب تعليقاً عليه وفي حالة قيام المستخدم بذلك سيظهر تعليقه فوراً على موقع الصحيفة حيث يصبح بإمكان المستخدمين في أي مكان الاطلاع عليه، وتشمل هذه الامكانية بطبيعة الحال رسائل القراء التي تنشر فوراً على صفحات الصحيفة الالكترونية.

(هـ) تواهر أرشيف للأعداد السابقة للصحيفة، والبحث عن المواضيع بكل سهولة،

الصحافة الإلكترونية توفر فرصة حفظ أرشيف الكتروني سهل الاسترجاع غزير المادة، حيث يستطيع الزائر أو المستخدم أن ينقب عن تفاصيل حدث ما أو يعود الى مقالات قديمة بسرعة قياسية بمجرد أن يذكر اسم الموضوع الذي يريد ليقيم باحث الكتروني بتزويده خلال ثواني بقائمة تتضمن كل ما نشر حول هذا الموضوع في الموقع المميز، في فترة معينة، قد تكون فترة عمر الموقع أو ربما أكثر أو أقل.

تعتمد بعض الصحف الى بيع معلومات أرشيفها الإلكتروني للراغبين به بينما تنشر نسختها اليومية مجاناً. وهناك صحف الكترونية مثل موقع (الواشنطن بوست) وسواء يتيح لأي مستخدم الاطلاع على عدده اليومي مجاناً ولكن لا يمكن الوصول الى العدد ذاته في اليوم التالي الا بثمن.

(و) الإحصائيات واستخدامها كتقنية راجعة لتطوير الصحيفة

توفر تقنية الصحافة الإلكترونية أمكانية تسجيل اعداد قراء الصحيفة، حيث يقوم كل موقع على الشبكة بالتسجيل التلقائي لكل زائر جديد يومياً، وهناك بعض البرامج تسجل اسم وعنوان أي زائر. ومثل هذه الامكانية توفر للمؤسسات المعنية والدارسين احصاءات دقيقة عن زوار مواقع الصحيفة الإلكترونية، وتوفر للصحيفة مؤشرات عن اعداد قراءها وبعض المعلومات عنهم مثل معرفة المتصفح من أي دولة حيث يمكنها أن تتصل بهم بشكل مستمر.

هذه الإحصائيات والمعلومات تجعل لدى الصحيفة أرقاماً وإحصائيات بنوعية وعدد المتصفحين، والأخبار التي يهتم بها قراؤها.

(ز) تقديم خبر أكثر همولا:

إذا كانت الصحافة الإلكترونية تختلف عن الورقية بالعديد من الأمور الجوهرية فإن القاسم المشترك بين اهتماماتها يتمثل بالمضامين التي تعتبر معيار

نجاح أية وسيلة اعلام، فإذا كان نشر أفضل مقال عن أحدث الاخبار سيظل دائماً هو صاحب الأهمية الاولى، إلا أن ما يميز الصحف الالكترونية هو تقديم أكثر المعلومات شهوياً وأفضل الوسائل للوصول اليها.

ولتحقيق أعلى مستوى من المضامين والإمكانات التقنية في الوقت ذاته بدأت مؤسسات الاتصال أو ما يسمى بشركات (الميديا) بالاندماج مع مؤسسات المظمون أو الانتاج لتتحول الى مراكز اعلامية كبرى تقدم مضامين مختلفة وشاملة وتستخدم أعلى التقنيات المعروفة في العالم.

(ح) تتيج للمتصفح استخدام أكثر من حاسة في نفس الوقت (المشاهدة والقراءة والاستماع).

(ط) التمتع بالحرية الكاملة خلاف الصحافة المطبوعة.

(ي) التفاعل السريع مع الأحداث في لحظة وقوعها في الزمان والمكان.

❖ العوامل التي تساهم في نجاح الموقع الإلكتروني الصحفي:

هنالك العديد من العوامل التي تساهم في نجاح الموقع الإلكتروني الصحفي يمكن تلخيص أهمها في ما يلي

- كفاءة التصميم الفني للموقع الإلكتروني، وقدرته على المناهضة وتقديم مختلف أشكال الصحافة، كالمصور ومقاطع الفيديو، والخدمات العامة.
- قدرته على التجديد، ومرونة الموقع وسرعته.
- قدرة الموقع على التفسير، وذلك باستقطاب كفاءات جديدة من الكتاب والصحفيين بشكل دائم.
- قدرته على معالجة القضايا والمشكلات الحساسة في المجتمع، والتي يحجم كثير من الإعلاميين التقليديين عن طرقها، خوفاً ورهبة من أن تفسر أقوالهم تفسيراً خاطئاً.

- أن يكون الموقع هدفاً ورسالة صحفية واضحة، لا تنحصر فقط في الإبلاغ والإخبار، بل تتعدى ذلك لتصل إلى الغاية وهي التأثير في القارئ وإرشاده وتوعيته.
- اعتماد وهج المواقع الصحفية الإلكترونية على التقنية الراجعة، من خلال متابعة عمل الموقع؛ فالمواقع الإلكترونية التي ليست لها لجان استشارية، أو هيئات إدارية قوية وفاعلة، تذوي وتنبو بسرعة البرق، وتنطفئ شعلتها بعد ظهور مواقع أخرى جديدة
- إمداد اللجان الاستشارية والهيئات الإدارية للمواقع الصحفية الإلكترونية بالأراء والأفكار الخلاقة التي تعزز بقاء الصحيفة الإلكترونية وثاقها.
- مساحة الحرية الممنوحة في الصحيفة للأخبار والتحقيقات والمقالات، حيث أن مساحة الحرية في الصحيفة تحدد عمر الصحيفة وألقها وتوجهها، وكلما ضاقت مساحة الحريات قل الوهج وانطفأت شعلة الصحيفة، والعكس صحيح.

❖ التحرير في الصحافة الإلكترونية:

فرضت الصحافة الإلكترونية واقعاً مهنيّاً جديداً فيما يتعلق بالصحفيين وإمكانياتهم وشروط عملهم، فقد أصبح المطلوب من الصحفي المعاصر أن يكون ملماً بالإمكانيات التقنية وشروط الكتابة للإنترنت وللصحافة الإلكترونية كوسيلة تجمع بين نمط الصحافة ونمط التلفزيون المرئي ونمط الحاسوب، وأن يضع في اعتباره أيضاً عالمية هذه الوسيلة وسعة انتشارها التي تفرض هنا اعتبارات تتجاوز المهني إلى الأخلاقي في تحديد المضامين وطريقة عرضها.

ويبدو أن الافتقار إلى أشخاص لديهم مهارات خاصة بالصحافة الإلكترونية قد بات واقعاً فرضته سرعة انتشار هذه الصحافة التي لم تتمكن من مواكبة هذه السرعة فيما يتعلق بأعداد كادر مؤهل للعمل فيها والكتابة لها بطريقة صحيحة ومتكاملة، وهو أحد ثغرات الصحافة الإلكترونية اليوم.

استطاعت الصحافة الإلكترونية أن تحدث انقلاباً ليس فقط في نوعية المادة الصحفية، وفي سرعة تناقل الخبر، ولكن أيضاً في صياغة الخبر وشكله وطريقة تحريره، وذلك من خلال التركيز والاختصار، واللذين هما السمة المميزة للخبر على الإنترنت، فاستخدام الجمل القصيرة في صياغة الخبر ضروري لأن قارئ الإنترنت يريد الانتهاء من القراءة بسرعة ولا وقت لديه للجمل الطويلة، وليس معنى الاختصار والتركيز أن الخبر لا يورد التفاصيل بل على العكس، فقد يعطي الخبر على الإنترنت تفاصيل كثيرة جداً، ولها علاقة بأحداث سابقة أكثر مما يعطي الخبر المنشور في الصحيفة المطبوعة، ولكن يتم هذا على الإنترنت من خلال الروابط أسفل الخبر والتي يفتحها ويقرأها من يريد الاستزادة بالمعلومات.

وهناك أهمية لوجود الصورة الموضوعية، ومع وجود صور كثيرة يتم وضع صورة واحدة معبرة، ويتم وضع باقي الصور في رابط مستقل، خاصة أن الصور تأخذ وقتاً طويلاً في التحميل، كما أن هناك إمكانية إضافة الصوت والفيديو مع الخبر لتنظيف خدمة إذاعية، وأحياناً بثاً حياً للأحداث مثل الفضائيات.

ويقوم الموقع الإلكتروني الصحفي بإعداد مقاييس لعدد قراء كل خبر أو موضوع على حدة، فمن خلال عدد القراءة يتعرف الكاتب الصحفي على اتجاهات قرائه، وأي الأخبار يتم قراءتها أكثر، ومن ثم يمكن تعديل اتجاهات الصحيفة لتناسب قراءها، كما تقوم بعض المواقع الإخبارية بقياس الرأي العام وتحليله في عدد كبير من القضايا من خلال الاستطلاعات، وهي تتم بشكل إلكتروني فوري.

❖ تمويل الصحافة الإلكترونية:

برغم قلة التكاليف، غير أن الصحافة الإلكترونية تواجه مكاي مشروع آخر مشاكل التمويل، فضلاً عن متطلبات الربح، فهي لا تباع كالصحف التقليدية، كما أن استحصال بدل اشتراك شهري من المستخدمين بات يحد من انتشارها وخصوصاً مع اتساع دائرة المنافسة بين هذا النوع من الصحف على موقع الانترنت.

لذلك لجأت الصحف الى التمويل من خلال الاعلانات سواء الميوية أو التي تكون داخل مكادرات الالكترونية مستلهمة من اشكال اعلانات الصحافة المطبوعة، وقد أصبح الاعلان المتكرر على كل صفحة في الصحيفة الالكترونية المسمى بأعلان الياقطة (Banner) هو مصدر الدخل الرئيسي لهذه الصحف.

وقد كان من نتائج هذا الاستخدام للاعلان، أن تطورت صناعته سريعاً حيث توفر امكانيات الوسائط المتعددة فرصة التحول الى ما يعرف بالاعلان التفاعلي الذي يعتبر انتقالة جوهرية هائلة في صناعة الاعلان، ووفقاً لهذه التقنية لن يضطر المستخدم الى مطالعة كل الاعلانات لوصول الى مبتغاه أو السلعة التي يريد شراءها، بل انه يستطيع أن يطلب من أحد محركات البحث ايجاد ضالته لتظهر له على الشاشة كل الاعلانات المنشورة في الصحيفة حول ما يريد خلال ثواني معدودة، كما أن هذه التقنية تتيح للمعلنين ايضاً امكانية اوصول اعلاناتهم الى المستفيدين الحقيقيين منه أو القادرين على الشراء بالاتفاق مع الصحيفة على مواقع البث أو نوعية المستخدمين.

وهذا يعني أن الصحيفة يمكنها أن تحدد نوع جمهور الاعلان وبعثته واهمارة وجنسه وأن تطلع المعلنين على عدد متصفح اعلاناتهم.

غير أن امكانيات الاعلان من خلال الانترنت مازالت في بدايتها ولم تصل بعد الى المستوى الذي يجعل منها مورداً ثابتاً ومغرياً لهجرة الصحف تماماً باتجاه الانترنت حيث بلغت استثمارات الاعلان في الولايات المتحدة في العام 1999 (267) مليون دولار، أي أقل من 1% من اجمالي العائدات الاعلانية هناك.

❖ نظرة في الصحافة الإلكترونية العربية؛

يرتبط انتشار الصحافة الالكترونية بنمو ظاهرة الانترنت ووصولها الى اكبر عدد من المستخدمين في اماكن العمل والمنازل والمراكز الخاصة بالانترنت، وهو الامر الذي يفسر اسباب انتشار الصحافة الالكترونية في البلدان الغنية قبل

الدول الأخرى وخصوصاً في الولايات المتحدة التي يشترك 70% من سكانها بشبكة الانترنت.

وتسهم عوامل عديدة في عرقلة الانتشار السريع لتقنية الانترنت في الوطن العربي ناهيك عن التفاوت الحاد في توزيع المتوفر منه في الاقطار العربية، ويعود ذلك أساساً الى سوء البنية التحتية للاتصالات في اغلب الاقطار العربية، ويعدّ عملية التنمية وسوء الادارة التقنية بشكل عام، الى جانب الانتشار الواسع للامية الابجدية التي تبلغ بحدود 40% من المواطنين العرب

لكن ذلك لا يلغي حقيقة وجود صحافة الكترونية عربية الآن بنمطيتها، حيث أسست معظم الصحف العربية اليومية والاسبوعية مواقع لها على الشبكة، وفيها مواقع ذات اهمية معلوماتية شاملة مثل مواقع الصحف (البيان، الاهرام، الحياة، الشرق الاوسط، ... الخ)، غير أن معظم الصحف العربية تكتفي بما يبيث مضامينها المنشورة في المطبعة الورقية، أو أنها تكتفي بوضع نصوص مختارة من هذه المطبعة على مواقعها الالكترونية دون أن تؤسس أقساماً أو ادارات تحرير مستقلة للنسخة الالكترونية كما فعلت صحف عالمية عديدة.

❖ يمكن تقسيم الصحف العربية الإلكترونية إلى ستة أنواع هي:

1. نسخ إلكترونية من صحف مطبوعة ورقياً معروفة باسمها وتاريخها، وما تقدمه مجرد نسخة إلكترونية طبق الأصل لما تقدمه الصحيفة الورقية.
2. صحف إلكترونية تحمل اسم الصحيفة الورقية، لكنها تختلف عنها في محتواها وخدماتها وتوجهاتها، وتعتمد على التحديث المستمر واستطلاع الرأي والتفاعلية.
3. صحف إلكترونية ليس لها أصل ورقي.
4. مواقع إعلامية، ويقصد بها الشبكات الإخبارية على الإنترنت ومواقع الأحزاب والتيارات السياسية والاقتصادية.

5. الإذاعات والفضائيات التي تعنى بتقديم تقارير إخبارية صوتية وتقديم خدمات نصية بصور وأشكال إيضاحية وساحة حوار تفاعلي مع المتلقي.
6. مواقع وكالات الأنباء العالمية والعربية التي تقدم خدماتها على شبكة الإنترنت بعدة لغات أو باللغة العربية، وتقدم تغطية لجميع الأحداث العالمية وتعرضها في الموقع، إضافة إلى خدمة الأخبار والمعلومات التي تتواصل بها مع المتلقي عبر البريد الإلكتروني.

إن أكثر ما يهمنى في هذه الوحدة الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي، ومن أمثلة ذلك موقع إيلاف وميدل إيست أونلاين.

يلاحظ أن الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي أثبتت حضورها على المستوى العالمي في مجالات رصد الأحداث وصناعة الخبر وتبعية الحدث، واستطاعت الدخول في منافسة قوية مع الصحافة التقليدية الورقية، واستثمرت عناصر ومؤثرات تعجز الصحافة الورقية عن استخدامها نظراً لطبيعتها.

❖ نظرة العاملين في الصحافة العربية للصحافة الإلكترونية:

لقد انقسم العاملون في مجال الصحافة والنشر والإعلام العربي إلى فريقين، متشائم ومتفائل:

1. الفريق المتشائم

يرى هذا الفريق أن الصحافة الإلكترونية لا يمكن أن تكون بديلاً للورقية وأهم المعوقات من وجهة نظرهم والتي ستقلل من انتشار الصحف الإلكترونية:

- ارتفاع نسبة الأمية في الوطن العربي.
- عزوف الشباب العربي عن القراءة، الأمر الذي يؤدي إلى عدم قراءة الصحف الورقية أصلاً، فكيف الحال بالنسبة للصحف الإلكترونية.
- ارتفاع أسعار أجهزة الحاسوب وخطوط الإنترنت مقارنة بدخول الأفراد.

- عدم إنجاز البنى التحتية لشبكات الاتصال الحديثة في كثير من الدول العربية.
- حاجة الصحف الإلكترونية إلى تقنيات متطورة ذات تكلفة عالية من أجل استمرارها.
- يعتقد الفريق المتشائم أن الصحف الإلكترونية لا تتمتع بالمصداقية الكافية كما هو الحال في الصحافة التقليدية الأمر الذي سيؤدي بالنهاية إلى انصراف القراء عنها بحثاً عن مصداقية الخبر.

2. الفريق المتفائل:

يرى الفريق الثاني المتفائل بمستقبل الصحافة الإلكترونية أن هناك إقبالاً كبيراً من قبل جيل المستقبل وهم الشباب على الصحف الإلكترونية التي أصبحت الوسيلة الأساسية للحصول على الأخبار والمعلومات الحديثة في أي زمان أو مكان بمجرد ضغط زر، وذلك بعكس الصحف الورقية التي لا يمكنها متابعة الحدث والتفاعل معه بصورة فورية، ناهيك عن مساحة الحرية الكبيرة المتاحة خلالها والتي وجد بها الشباب العربي ضالته المنشودة للتعبير عن آرائه وأفكاره سواء أكانت صحيحة أو خاطئة.

يتمتع الأردن من اتساع هامش الحريات، وتقدم مضطرد في استخدام تقنية الحاسوب وتكنولوجيا الاتصال، فقد كان من الطبيعي أن تنتشر الصحافة الإلكترونية، ويزداد تأثيرها واتساعها.

ساهمت الصحافة الإلكترونية في الأردن بنقل الأخبار والأحداث، والتعليق عليها بجرأة وصراحة وشفافية، بالإضافة إلى سرعة نقل المعلومة، وأضافت طابعاً جديداً ذا نكهة خاصة ويمدق مختلف في حرية التعبير، كما لفتت أنظار المسؤولين إلى مشاكل الناس، وهمومهم مما ساهم في معالجة العديد من قضاياهم.

دخلت الصحافة الإلكترونية على المشهد الإعلامي في الأردن بصنوبر وكالة عمون الإخبارية، وهي أول صحيفة إلكترونية أردنية متخصصة إخبارياً أنشئت عام 2006. وظهرت بعد ذلك صحف إخبارية أخرى مثل وكالة أنباء سرايا وموقع خبرني ورم أونلاين والسومنة، وسما الأردن، ووكالة عمون الإخبارية، وغيرها حتى تجاوز عدد الصحف الإلكترونية الآن حاجز المئة.

❖ تشريعات وقوانين الصحافة الإلكترونية:

المواقع الإلكترونية في الأردن لا تخضع لقانون المطبوعات والنشر وليس هناك تشريع خاص بها، ويعزز ذلك أن جميع المواقع الإلكترونية غير مرخصة وفقاً لقانون المطبوعات والنشر، ولا حاجة لأن تطلب ترخيصاً من الدائرة ولا تسمية رئيس تحرير، كما أنه ليس لنقابة الصحفيين الأردنيين علاقة بالمواقع الإلكترونية إلا في حدود ضيقة وفي حال ارتكاب مخالفات من قبل صحفيين صحفيون أعضاء في النقابة حسب القوانين النازمة لعملها وفي مقدمتها قانون نقابة الصحفيين الأردنيين، وميثاقها الشرف الصحفي، أو يملكون صفحاً إلكترونية أو يعملون بها، فيحاسبون على ما ينشر.

لكن الوضع مختلف في عدد من الدول العربية في التعامل مع الصحافة الإلكترونية. فقد أصدرت وزارة الثقافة والإعلام السعودية على سبيل المثال مسودة لتنظيم عمل الصحف الإلكترونية سيصل إلى دفعها إلى الجهات المسؤولة لدراستها ووضع آلية تنظيمها، وأطلقت شركة الاتصالات المعنية في البحرين المواقع الإلكترونية، ووضعتها تحت السيطرة لأسباب أمنية وسياسية وأخلاقية، أما الإمارات العربية المتحدة فتتم فيها رقابة المواقع الإلكترونية عبر برنامج وسيط proxy server يعترض سبيل المعلومات بين المصدر والمستقبل لغربلتها ومنع استقبال مواد أو موضوعات أو صور معينة.

في خطوة تعكس الاهتمام بالصحافة الإلكترونية في الأردن تم صام اتحاد المواقع الإلكترونية ممثلاً للعاملين في مجال الصحافة الإلكترونية، ومتابعة القضايا التي تهم المواقع باعتبارها شريكة في صنع القرار، ويضم الاتحاد 48 موقعاً إلكترونياً.

❖ نظرة على مضامين الصحف الإلكترونية في الأردن كنموذج:

تشكل الصحف الإلكترونية التي ليس لها أصل ورقي الجزء الرئيس في ظاهرة الصحافة الإلكترونية في الأردن، حيث يقارب عددها 100 صحيفة عاملة، أما المواقع التابعة لجهات صحفية ورقية يومية أو أسبوعية فهي محددة بعدد معين، إذ أنها 8 بالنسبة للصحف اليومية و 11 للأسبوعية الإخبارية، و 3 للصحف الحزبية.

وتدل الخدمات والمحتوى المقدم من خلال الصحف الإلكترونية الأردنية على أنها قد طورت لنفسها أهدافاً واضحة؛ كاستخدام المواقع لزيادة من الانتشار الجماهيري عبر استخدام آلية التفاعل الحي مع القارئ؛ من خلال تعليقات القراء، أو إعادة نشر أخبارها على مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك أو التويتر، أو استخدام المواقع في اجتذاب قراء جدد ومراكز جديدة داخل البلاد أو خارجها.

تتميز الصحف الإلكترونية الأردنية بتوظيف معظم التطورات التي شهدتها تكنولوجيا الإنترنت لصالح الخدمة الصحفية المقدمة، خاصة فيما يتعلق بتكنولوجيا بث ملفات الصوت والفيديو، والإمكانيات الهائلة التي تحققت في مجال تخزين البيانات ونظم البحث في النصوص والمواد المسموعة والمرئية عبر الإنترنت، والسهولة الشديدة في بناء واستخدام الخدمات التفاعلية على المواقع، وهو ما جعل المواقع الصحفية تتوسع في تقديم الخدمات التفاعلية الحية، والبحث الشعبي عبر المواقع، وإمكانية التواصل الحي بين القراء والصحفيين، واستطلاعات الرأي، وغيرها من الخدمات الخاصة بالصحافة الإلكترونية.

• قراءة في المواقع الإلكترونية الإخبارية الأردنية:

إذا كان نجاح الصحيفة الورقية يقاس أساساً بمعيار التوزيع والانتشار بين القراء، فإن معيار قياس نجاح الصحيفة الإلكترونية يتمثل في عدد زوارها ومستوى الإقبال على موقعها من قبل مستخدمي الشبكة والمتجولين عليها حول العالم، وهناك العديد من وسائل التحقق من هذا الأمر أغلبها متاح للقائمين على المواقع والمسؤولين عن إدارته، كما هو الحال مع أرقام توزيع النسخ المطبوعة، لكن هناك أيضاً معايير عالمية مفتوحة تقوم بقياس مستوى الإقبال على المواقع وكثافة زوارها، ومن أشهرها المقياس الذي يقدمه موقع اليكسا الشهير الذي يقوم بترتيب مواقع الإنترنت تصاعدياً حسب عدد زوارها، فيضع أكبر موقع في العالم من حيث عدد الزوار في المرتبة الأولى ثم الذي يليه وهكذا، كما يقدم بعض القياسات الأخرى مثل معدل زيارة كل صفحة داخلية، وقد استخدمنا هذا المعيار في قياس معدل انتشار مواقع الصحف الإلكترونية الأردنية وترتيبها بين المواقع الإلكترونية المحلية والعالمية التي يتابعها القراء الأردنيون، وذلك بتاريخ 2011/2/21، فكانت النتيجة كالتالي:

(1) وكالة أنباء سرايا،

- نالت الترتيب التاسع من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا.
- شعارها "حرية سقفها السماء."
- الأخبار المحلية تنال النصيب الأكبر من التغطية، وهي متنوعة أي تغطي الأخبار السياسية والاجتماعية والاقتصادية والرياضية.
- هناك مواضيع خاصة بالموقع تتميز بنوع من الجراحة في الطرح، ويناقش المواقع القضايا التي تهم المواطن في المقام الأول.
- نال الموقع أكبر نسبة زوار وتعليقات بالنسبة للمواقع الإلكترونية الأخرى، وجدير بالذكر أن الأخبار التي تمس الناس بشكل مباشر وتلامس همومهم هي التي يتابعها القراء ويعلقون عليها.

- يلاحظ أن هناك بعض الأخبار التي حُجبت عنها التعليقات وهي التي تعالج مواضيع حساسة، ويخشى أن يحدث التعليق عليها هتنة بين الناس.

(2) وكالة عمون الإخبارية:

- نالت الترتيب الثاني عشر من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا.
- شعارها "صوت الأغلبية الصامتة".
- ولها عدة زوايا منها: أخبار الأردن، شرق وغرب، أخبار محلية، اقتصاد، والعالم وفلسطين، كتاب عمون، ومقالات مختارة وهي مقالات نشرت في صحف يومية.
- يلاحظ في الموقع أن هناك شريطاً للأخبار يواكب القراء بمستجدات الأحداث أولاً بأول، وأن الأخبار السياسية المحلية تصدرت الصفحة الرئيسية
- يتناول الموقع للأخبار بأسلوب سلس ودقيق العبارة، ويتوجه بالقارئ مباشرة إلى عمق الموضوع
- أن تعليقات القراء تركزت على المواضيع التي تعالج قضايا الشباب
- يلاحظ أن هناك التزاماً بالوضوح والشفافية في التعامل مع الأخبار والآراء والتعليقات وإظهار المصادر الإخبارية والالتزام بحقوق هذه المصادر، كما أنها تعتمد على الشخصية وإهانة الرموز والمتكلمات الدينية والحفاظ على خصوصيات الأفراد والجماعات.
- اللون الذي استخدمه الموقع في صفحته هو اللون الأحمر وهو لون الحيوية والحركة وله تأثير قوي على طبع ومزاج الإنسان ويستخدم للتنبيه. (الجميع يعلم أن اللون يقوم بدور هام في عملية تحليل الصورة، فكل لون دلالة معينة يحاول المعني من خلالها أن يوصل معنى معيناً إلى القارئ).

(3) موقع خبرني:

- نال الترتيب الرابع عشر من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا.
- شعاره "موقع واحد لتعرف الحقيقة".

- تصدرت أهم الأخبار الصدارة.
- يحتوي الموقع عدداً من الزوايا الثابتة منها: آخر الأخبار، زاوية نبض الشارع، مجلس الأمة، من الآخر، زاوية قضايا، وزاوية أقلام، وتوالي آخر الأخبار بشكل متتابع في أعلى الصفحة
- يلاحظ أن عناوين الأخبار تطرح بشكل ملفت للقارئ
- تنقسم الأخبار التي يتناولها الموقع إلى عدة فئات: سياسية واقتصادية واجتماعية بالإضافة للبرلمانية
- هناك جراحة بالتعليقات من قبل القراء على بعض الموضوعات
- تميز الموقع بالموضوعية في نقل الخبر، والجراحة في انتقاد ومراقبة الخطأ، والانحياز للمواطن، كما أنه ملتزم بأدبيات المهنة دون تجريح أو تهويل أو بث للفتنة، وعلى مدار الساعة هناك وجبة طازجة ودسمة من الأخبار والمضالات والتحليلات والكاريكاتير والصور في القطاعات الإخبارية كافة
- يستخدم الموقع اللون البرتقالي وهو لون يستثير الطاقة والحماس والتفكير الإيجابي، ويحث على الانتباه، ويستخدم للربط بين الأفكار.

(4) صحيفة السوسنة الأردنية:

- نالت الترتيب الثاني والعشرين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا
- شعارها "صحيفة حرة مستقلة".

(5) وكالة جراسا الإخبارية:

- نالت الترتيب الثالث والثلاثين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا
- شعارها "مرآة الحقيقة"

(6) وكالة زاد الأردن الإخبارية:

- نالت الترتيب الثالث والأربعين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا

- شعارها "تواصل بلا حدود"

(7) موقع رم أونلاين

- نال الترتيب الخامس والستين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا
- شعاره "قمر الحقيقة"

(8) وكالة أنباء اجيد

- نالت الترتيب الثالث والسبعين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا
- شعارها "شعب سياسي اجتماعي"

(9) وكالة البوصلة للأباء

- نالت الترتيب السادس والثمانين من حيث عدد الزوار حسب موقع اليكسا
- شعارها "مرشدك إلى الحقيقة"

❖ عيوب ومخوقات الصحافة العربية:

- قلة المستخدمين العرب بسبب ما أشرنا إليه من محدودية انتشار تقنية الإنترنت وتوزيعه غير المتكافئ في الوطن العربي.
- نقص العاملين من صحفيين ومهنيين وتقنيين ذوي صلة بمهنة الصحافة ويتقنون في الوقت ذاته مهارة إصدار الصحيفة على الإنترنت من الناحيتين التحريرية والتقنية
- النشر الفلجالي للخبر الوارد من وسائل الأنباء أو من المصادر الأخرى دون تمحيص بمضامين الخبر التي قد تكون غير دقيقة أو غير متنسجمة مع الرؤية العربية للأحداث والقضايا المختلفة وهو أمر يعود إلى إمكانيات البحث السريع عبر الإنترنت الذي يفرض هذه الصحف على ما يبدو إلى وضع هذه الأخبار على الشبكة دون تمحيص تحقيقاً لمبدأ الفورية فتقع في خطأ التسرع وعدم

الدقة، وهو أمر لا يحصل في الصحافة التقليدية التي توفر للمحرر وقتاً كافياً لمراجعة الخبر وإعادة كتابته، وحتى في التلفزيون أو الاذاعة فهناك مواعيد ثابتة للنشرات الاخبارية وتقاليد عمل تحد من مثل هذه الأخطاء.

- عدم الدقة في ذكر أسماء المواقع والاماكن والوقائع احياناً.
- حجم الاعلانات في الصحف الالكترونية العربية قليل جداً ولا يدرب بالتالي موارد تتلاءم مع احتياجات هذه الصحف المالية لأغراض التشغيل والتقنيات واجور العاملين والكتاب وحجز المواقع على الإنترنت، الأمر الذي يدعو لتساؤل عن مصادر تمويل هذه الصحف خاصة وانها تعمل من خلال مواقع مجانية.

❖ الصحف الالكترونية المرتبطة بالصحافة التقليدية:

هناك نموذجين رئيسيين من الصحف الالكترونية التابعة لصحيفة تقليدية أو وسيلة اعلامية اخرى:

1. الصحف الإلكترونية الكاملة On-Line Newspaper وهي صحف قائمة بذاتها وإن كانت تحمل اسم الصحيفة الورقية

ويمتاز هذا النوع من الصحف الالكترونية بـ:

- تقديم نفس الخدمات الإعلامية والصحفية التي تقدمها الصحيفة الورقية من أخبار وتقارير وأحداث وصور وغيرها.
- تقديم خدمات صحفية وإعلامية إضافية لا تستطيع الصحيفة الورقية تقديمها، وتتيحها الطبيعة الخاصة بشبكة الأنترنت وتكنولوجيا النص الفائق Hypertext مثل خدمات البحث داخل الصحيفة أو في شبكة الويب بالإضافة إلى خدمات الربط بالمواقع الأخرى وخدمات الرد الفوري والارشيف.
- تقديم خدمات الوسائط المتعددة Multimedia النصية والصوتية.

2. النسخ الإلكترونية من الصحف الورقية ولعني بها مواقع الصحف الورقية على الشبكة والتي تقصر خدماتها على تقديم ككل أو بعض مضمون الصحيفة الورقية مع بعض الخدمات المتصلة بالصحيفة الورقية مثل خدمة الاشتراك في الصحيفة الورقية وخدمة تقديم الإعلانات والربط بالمواقع الأخرى.

❖ الصحف الإلكترونية تبعاً لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية أخرى:

يقسم الباحث صالح زيد العنزي الصحف الإلكترونية تبعاً لمدى استقلاليتها أو تبعيتها لمؤسسات إعلامية قائمة والتي أسمها (المواقع الإعلامية التكميلية) إلى:

(أ) النشر الصحفي الموازي:

في هذا الشكل يكون النشر الإلكتروني موازياً للنشر المطبوع بحيث تكون الصحيفة الإلكترونية عبارة عن نسخة كاملة من الصحيفة المطبوعة باستثناء المواد الإعلانية.

(ب) النشر الصحفي الجزئي:

وفيه تقوم الصحف المطبوعة بنشر أجزاء من موادها الصحفية عبر الشبكة الإلكترونية ويعتمد إلى هذا النوع بعض الناشرين بهدف ترويج النسخ المطبوعة من إصداراتهم.

(ج) النشر الصحفي الإلكتروني الخاص:

في هذا النوع لا يكون للمادة الصحفية المنشورة الإلكترونية أصل مطبوع، حيث تظهر الصحيفة بشكل مباشر من خلال النشر عبر الإنترنت فقط، وهو ما

يصدق على الصحف الإلكترونية التي تصدر مستقلة على الشبكة في إدارتها، وطرق تنفيذها، ومثال ذلك: صحف إيلاف، الجريدة وغيرها.

• يتميز النوعين الأول والثاني (النشر الصحفي الموازي والنشر الصحفي الجزئي) بما يلي:

- يتصل بهذين النوعين من الصحف المواقع الإخبارية التي تملكها المؤسسات الإعلامية الإذاعية والتلفزيونية كالفصائل الإخبارية "العربية" و"الجزيرة" وال "BBC" وال "CNN" ونحوها.
- وتتسم مثل هذه المواقع عادة بعدد من المواصفات منها الترويج للمؤسسة الإعلامية التي تتكامل معها وتدعم دورها ورسالتها، وإعادة إنتاج المحتوى الذي تقدمه المؤسسة الأم بشكل آخر لتحقيق الغاية المنشودة من الرسالة.
- وغالباً فإن هذا الشكل من الصحف لا ينتج أو ينشر مادة إعلامية أو صحفية غير منتجة في مؤسساتها الأصلية إلا في نطاق ضيق وغير رئيسي.

❖ أنماط الصحافة الإلكترونية:

في ما يلي أهم نماذج الصحافة الإلكترونية:

- الصحافة الإلكترونية التي تعتمد على نشر النصوص وعلى شاشة التلفزيون ومن نماذجه قنوات المعلومات المتوفرة في أغلب أجهزة التلفزيون.
- الصحافة الإلكترونية المنشورة عبر الانترنت.
- الصحافة الإلكترونية المنشورة على شبكة المحمول / وتعتمد على ما يسمى بخدمة الويب.
- صحافة إلكترونية متاحة على وسيطة عرض خاصة.

« الوحدة العاشرة »



الإذاعة الإلكترونية

الوحدة العاشرة الإذاعة الإلكترونية

الإذاعة أو الراديو مر بأوقات عصيبة وأزمات كبرى مهددت وجوده واستمراره مع ظهور التليفزيون، وانزوى في ركن صغير وقصر موجاته على عشاق الرياضة والمسافرين والركاب والمراهقين من عشاق الموسيقى، وكبار السن والعواجيز، وظل الراديو يكافح باستماتة لكي يبقى ويستمر عقوداً عديدة، حتى كتبت له ولادة جديدة بفضل ثورات الإنترنت والاتصالات.

أصبح الآن بإمكان أي شخص من أن يقيم محطة إذاعية خاصة به تبث أفكاره، وتعزز علاقاته بجمهوره ومحيطه الخارجي، ولم تعد إقامة المحطات الإذاعية قاصرة على الدول والحكومات، فبفضل الإنترنت أصبح بإمكان المدرس والبلدية والشركة والجامعة والمؤسسات والجمعيات الخيرية والأهلية والأحزاب إنشاء محطات الراديو الخاصة بها في غضون ساعات.

يتوازي ظهور راديو الإنترنت مع تطور تكنولوجيا البث المتتابع والتطورات الأخيرة في معدات الصوت، حيث يمكنك الاستماع إلى الكمبيوتر بنفس الطريقة التي استمع بها الجيل السابق إلى جهاز الراديو أو نظام الهاي فاي، وإذا كنت متصلاً بالإنترنت، يمكنك التقاط الأصوات من جميع أنحاء العالم.

أدت ثورة راديو الإنترنت إلى ظهور جيل جديد من المستمعين، وجيل جديد من المحطات الإذاعية، وأصبحت قنوات الإنترنت تدوي بالأفكار والمعتقدات والآراء والأصوات المثيرة إذا كنت تعرف أين تجدها أو إذا كنت تجد في نفسك القدرة على طرح أفكار مهمة أو أصوات جديدة؟

❖ تعريف الاذاعة الالكترونية:

الاذاعة الالكترونية أو كما يطلق عليه البعض راديو الإنترنت أو اذاعة الشبكة أو راديو. نت هو مصطلح يشير إلى استخدام الإنترنت لتقديم الخدمات الإذاعية.

تقنياً فإن المواد الإذاعية المقدمة من خلال الويب أو الإنترنت لا يتم إرسالها عبر خطوط لاسلكية، لذا تطلق التسمية إذاعة ويب.

من مميزات منياع الشبكة (الإنترنت) انخفاض تكلفة إدارة الخدمة الإذاعية وتشغيلها، وإمكانية وصولها إلى أي مستمع يستخدم الشبكة في أي مكان في العالم.

كما هو الحال في الصحافة التقليدية التي عملت على إنشاء صحيفة الكترونية لها، يمكن أن تنشأ محطات الإذاعة التقليدية موقفاً خاصاً بها على الشبكة (الإنترنت)، وتبدأ في بث محتوياتها. وبدأت هذه الفكرة مع نهاية التسعينات، حيث استخدمت محطات الإذاعة التقليدية الإنترنت في بث برامجها وفقراتها في نفس الوقت وبالتزامن مع الأثير الوسيط الأصيل للبث الإذاعي، بمعنى أنه يمكنك الاستماع إلى نفس الفقرة أو البرنامج عبر جهاز الراديو أو عبر الإنترنت في نفس الوقت دون أي تأخير أو إبطاء. ويهر راديو الإنترنت حالياً بثورة ستؤدي إلى توسيع نطاق اتساعه ومداه بحيث يستطيع أي شخص استقبال البث الإذاعي من أي مكان وفي أي وقت.

وأيضاً (وكما هو الحال في الصحافة الالكترونية) فإن العديد من محطات الإذاعة في الشبكة (الإنترنت) هي محطات خاصة بمستخدمين أو شركات لا تمتلك محطات إذاعية تقليدية. حيث لم يعد البث الإذاعي عبر الإنترنت يقتصر على المحطات الإذاعية الكبرى بل اتسع الأمر حتى أصبح بإمكان أي شخص أو جهة أو شركة إنشاء محطة راديو عبر الإنترنت وربما ما زال الكثيرون يذكرون كيف

قام حزب الغد بتقل جلسات محاكمة أيمن نور على الهواء مباشرة عبر محطاته الإذاعية عبر الإنترنت، كوسيلة من حشد التأييد الجماهيري والشعبي.

❖ مزايا الإذاعة الإلكترونية:

ان أبرز ما يعيب محطات البث الإذاعي التقليدي أمران:

1. النطاق المحدود للبث الإذاعي عبر الأثير والذي يصل إلى 100 ميل.
2. محدودية ترددات البث المتاحة محليا، مما يؤدي أحيانا إلى تداخل القنوات أو ضعف بعضها أو التشويش على البعض الآخر.

وبالمقارنة بين البث الإذاعي التقليدي والبث الإذاعي الإلكتروني، تتضح مزايا البث الإذاعي الإلكتروني (راديو الإنترنت) ومن أهم هذه المزايا ما يلي:

• انخفاض تكلفة الإدارة والتشغيل:

لا حاجة لاستئجار معدات إلكترونية وأسلاك للتوصيل وخلافه، ولا حاجة لتوظيف تقنيين لإدارة المحطة.

• عدم الحاجة إلى المنافسة على التردد:

بخلاف المحطات الإذاعية التقليدية التي قد تجد منافسة شديدة للحصول على تردد بث إذاعي.

• انتشار البث إلى أي مكان في العالم:

البث الإذاعي الإلكتروني لا تحده أي عوائق جغرافية، حيث يمكن مثلا سماع راديو كوالالمبور من القاهرة عبر الإنترنت.

يصبح نطاق اتساع راديو الإنترنت محدوداً بمدى اتساع قضاء شبكة الإنترنت نفسها، فعلى سبيل المثال توجد في شركة Live365 الإذاعية أكثر من 30 ألف محطة إذاعية عبر الإنترنت. ولأنه من الممكن الاستماع إلى البث الإذاعي من أي مكان في العالم طالما توافرت الوسيلة للاتصال بالإنترنت، فقد أصبح راديو الإنترنت بديلاً ممتازاً للراديو التقليدي وخاصة بالتسوية للمهاجرين الذين يتوقون إلى أوطانهم الأصلية ويتمسكون بثقافتهم وتقاليدهم.

• حرية التعبير:

مثلاً أصبح بإمكان الأشخاص الذين يعيشون أوانا من الموسيقى لا توفرها لها محطات الإذاعة المحلية الاستماع إلى موسقتهم المفضلة في أي وقت وأي مكان.

• مرفقات البث:

بالمقارنة بالراديو التقليدي، لا يقتصر راديو الإنترنت على الصوت، حيث يمكن مصاحبة البث الإذاعي عبر الإنترنت بالصور أو الرسومات والنصوص أو الروابط.

• التفاعلية:

يمكن إرفاق البث الإذاعي الإلكتروني (كما ذكرنا أعلاه) بالروابط والصور والنصوص كما يمكن وجود غرف الدردشة ولوحات الرسائل، ويتيح هذا التطور للمستمع أن يفعل أكثر من مجرد الاستماع، فمن الممكن أن يقوم المستمع الذي يستمع لإعلان عن متابعة أن يطلب شراء هذه الطبعة من خلال رابط على موقع هذه المحطة، وبذلك تصبح العلاقة بين المعلنين والمستهلكين أكثر تفاعلية وحميمية في محطات راديو الإنترنت، ويوسع ذلك من إمكانيات الوسائط بعدة طرق، فمن خلال راديو الإنترنت يمكنك إجراء التدريب أو التعليم وتقديم روابط

للمستندات وخيارات الدفع والسداد، ويمكنك كذلك التفاعل مع المتسرب أو المعلم وغيرها من المعلومات من موقع محطة راديو الإنترنت.

• الخصوصية:

توفر برامج راديو الإنترنت عددا كبيرا من أشكال البث، وخاصة في الموسيقى، فإذا كانت هناك بعض محطات الإذاعة التي احتكرت بث الأغاني وتحاول الوصول إلى أكبر قدر من الجمهور لفرض أعلى رسوم ممكنة على المعلنين، فإن راديو الإنترنت يتيح الفرصة لتوسيع أنواع البرامج المتاحة. فتكلفة البث الإذاعي عبر الإنترنت أقل بكثير من البث عبر الأثير، ويمكن لمحطات راديو الإنترنت أن تروق المجتمعات أصغر من المستمعين الذين تستهدفهم أنواع معينة من الموسيقى، فمن الممكن مثلا إنشاء محطة إذاعية لهواة عبد الحليم حافظ لا تبث سوى الأغاني العندليب الأسمر، ومن الممكن لجمعيات محبي الفنانين إنشاء محطات إذاعية لا تبث سوى الأغاني التي لحنها رياض السنباطي أو محمد عبد الوهاب أو مراد منير أو فريد الأطرش وهكذا.

❖ بداية الإذاعة الإلكترونية

- بدأت فكرة إذاعات الإنترنت في أميركا عام 1993 بإذاعة تحمل اسم "انترنت تالك راديو" وكانت تبث لعدد محدود من الساعات على مدار اليوم، حيث أطلق كارل مالا ماد برنامج مقابلات عبر الشبكة، يقابل فيها خبيراً تقنياً كل أسبوع وتبث المقابلة عبر الشبكة.
- أول إذاعة إنترنت تبث على مدار اليوم ظهرت أيضا في أميركا أيضا عام 1995 تحت اسم «أفم - مكي».
- وكان لافتا أن التخصص انتقل إلى تلك الظاهرة الجديدة نسبيا على الوطن العربي ولم يمنع عصر ثقافة الصورة الذي نعيشه في ما تبثه القنوات الفضائية على مدار الـ 24 ساعة، من عودة الاستماع للإذاعات والإقبال عليها، وكأنها استراحة للعين مما تحفل به الصورة نفسها من مشاهد العنف والقتل والجوع

السائدة في الكثير من بلدان العالم وبخاصة الدول النامية، كما يعيد هذا الإقبال لحاسة الأذن فعاليتها في التقاط المشهد بزوايا تأمل خاصة، ويكشف من فكرة المزاج التي ترتبط سيكولوجيا بحاسة السمع، ومن ثم انتقل الكثير من الجمهور من خانة المشاهدين إلى خانة المستمعين إلكترونياً.

❖ تقنية الإذاعة الالكترونية:

كما قلنا سابقاً فقد طور كارل مالمود أول محطة راديو إنترنت في التاريخ في عام 1993، واستخدمت محطة مالمود تقنية اسمها MBONE عصب البث المتعدد على الإنترنت باستخدام بروتوكول الإنترنت، وفي فبراير 1995، بدأت أول محطة إذاعية بثها على الإنترنت فقط لمدة أربع وعشرين ساعة، وهي محطة راديو هاجر كوفمان Radio HK وكانت تبث الموسيقى الخاصة بالفرق الموسيقية المستقلة، وبعد فترة لجأت المحطة إلى استخدام أحد خوادم RealAudio الأصلية، وتستخدم محطات البث الإذاعي عبر الإنترنت اليوم تقنيات خدمات الويب مثل Live365 لتواصل بثها لمدة 24 ساعة في اليوم. وفي كل يوم تظهر تقنيات جديدة في نقل الصوت عبر الإنترنت تصاعد على تطور البث الإذاعي عبر الإنترنت.

❖ كيف تنهي محطة راديو عبر الإنترنت؟

أن ما يميز البث الإذاعي الإلكتروني هو أنه يمكن لأي شخص هاوي بمعلومات بسيطة في الإنترنت والكمبيوتر إنشاء إذاعة إلكترونية وإن كل ما تحتاجه من المستلزمات هي مستلزمات سهل غالحصول عليها وأهمها:

1. مشغل اسطوانات موسيقية.
2. برامج للنسخ تعمل على نسخ معارات الصوت من اسطوانة الموسيقى إلى وحدة التخزين في الكمبيوتر.
3. برامج تحرير وتسجيل متنوعة.
4. ميكروفون.

5. جهاز أو برنامج لترح الصوت.

6. أجهزة صوت مثل الموازن والضاغط وغير ذلك.

7. بطاقة صوت رقمي.

8. كمبيوتر دائم ببرامج تشفير.

9. خادم لبث الوسائط.

❖ أهم المواقع المختصة بالبث الإذاعي الإلكتروني:

(1) موقع Live365:

موقع (<http://www.live365.com>) هو موقع مخصص لشبكات ومحطات راديو الإنترنت، حيث يستطيع الأعضاء إنشاء محطاتهم الإذاعية الخاصة بهم أو الاستماع إلى المحطات الإذاعية الأخرى.

في أكتوبر 2005 كان هناك حوالي 7500 محطة إذاعية نشطة في الموقع، وبعضها يخاطب أنواع جديدة ونادرة من الموسيقى قليلا ما تتناولها محطات الراديو التقليدي.

يستطيع المستخدمون ضبط مشغلات الصوت مثل Winamp و iTunes و Real و Windows Media Player و Tera Lycos لتشغيل البث الإذاعي لمحطات الإنترنت المشتركة في موقع Live 365 ، ويمكن الاختيار من قوائم مصنفة حسب النوع أو الفئة الموسيقية، ويستطيع المستخدمون التسجيل من خلال عنوان بريد إلكتروني صحيح وتنزيل برامج التشغيل الخاصة بموقع Live 365 التي تتضمن العديد من المزايا الإضافية. وفي النهاية، يقدم الموقع Live365 العضوية المدفوعة، والتي تسمى بالعضوية المتميزة، والتي تتيح لك الاستماع إلى المحطات الإذاعية بدون إعلانات.

يمكن للمستخدمين إنشاء محطات الإذاعة الخاصة بهم من خلال شراء عضوية الإذاعة الخاصة، وتوجد العديد من العروض المختلفة التي تناسب الأغراض المختلفة، فيمكن للأفراد إنشاء قوائم من ملفات الصوت بتنسيق mp3 التي يتم بثها إلى المستمعين، ويوفر الموقع برامج مفيدة لتحميل ملفات mp3 وتحديد بث قوائم التشغيل في أوقات محددة وإثابة تجربة استماع غنية ومتنوعة.

يستطيع المستخدمون المتقدمون تنزيل البرامج لبث الحي باستخدام كمبيوتر منزلي ووصلة ذات سعة مستقرة وميكروفون ولوحة للمزج، وتتضمن عضويات البث الاحترافي عروض التراخيص ورسوم حقوق الملكية الفكرية، ويستطيع المستخدمون المتقدمون تحويل البث من مصادر خارجية.

2) Last.fm

لاست أف أم (Last.fm) هي خدمة سماع أغاني مركزها المملكة المتحدة. بلغ عدد المسجلين بها 40 مليون من 160 دولة. يستعمل الموقع خدمة استشارية تسمى بالـ "أوديو سكروبلر (Audioscrobbler)" تعمل مع مشغل الصوت في الحاسوب أو الهاتف المحمول من أجل معرفة ذوق المستخدم ونصحه بسماع أغاني أخرى قد تروق له. كما بإمكان المستخدم سماع الراديو الخاص بالموقع أو تحويل الموسيقى المسموعة في برامج أخرى مشابهة مثل "سبوتيفاي (Spotify)" و"أماروك (Amarok)" باستخدام برامج مساعدة. كما يقدم الموقع بالإضافة إلى ذلك خدمة الشبكة الاجتماعية.

هذا الموقع أشبه بنظام لانتخاب الموسيقى والأغاني، وقد اندمج هذا الموقع مع موقع Audioscrobbler في أغسطس 2005، وهو أشبه بمرجع تفصيلي للذوق الموسيقي الخاص بكل المستخدمين، حيث يعرض أغانيهم ومطريبيهم المفضلين على صفحة قابلة للتخصيص، وتتضمن هذه الصفحة الأغاني التي تم تشغيلها من الموقع والتي تم اختيارها من خلال فلترة مساهمة أو تم تسجيلها بواسطة الأداة المكملة Audioscrobbler في تطبيق تشغيل الموسيقى الخاص بالمستخدمين.

يستطيع مستخدم الموقع Last.fm بناء مرجع موسيقي باستخدام طريقتين: من خلال الاستماع للمجموعة الموسيقية الشخصية عبر تطبيق مشغل الموسيقى المزود بالأداة المكملة Audioscrobbler أو من خلال الاستماع لخدمة راديو الإنترنت Last.fm التي تكون عادة من خلال برنامج مشغل Last.fm. يتم إضافة الأغاني التي يتم تشغيلها إلى سجل يتم على أساسه حساب الاقتراحات الموسيقية وتخطيطات بالفنانين (المطربين) والأغاني الشخصية المفضلة، وتعرض صفحة المستخدم الأغاني التي تم تشغيلها حديثاً والأغاني المتاحة من خلال خدمات الويب والتي تتيح للمستخدمين عرضها على سجلات الويب أو مكتوبيات على المنتديات.

❖ نظرة على الإذاعة الإلكترونية في الوطن العربي:

- في مصر الدكتور أيمن نور، رئيس حزب الغد قد أطلق إذاعة "صوت الحرية"، ليكون بذلك أول حزب مصري يطلق إذاعة عبر الإنترنت.
- وفي مصر أيضاً رغم سيطرته على الإعلام الرسمي، فقد دخل الحزب الحاكم السابق بسباق الإذاعات الإلكترونية، فدهّن "راديو المصريين"، وكان صفوت الشريف، الأمين العام للحزب سابقاً أعلن عبر موقع الحزب على الإنترنت يوم 28 مايو 2005، أن الحزب بصدد إنشاء إذاعة إلكترونية.
- في مصر أيضاً وفي محاولة لكسر الحصار الإعلامي المضروب حولها، أطلقت جماعة الإخوان المسلمين - التي كانت محضورة خلال عهد الرئيس السابق - خلال انتخابات برلمانية سابقة، إذاعة "سما" من مدينة الإسكندرية، كنافذة للدعاية لمرشحيها، كما أطلقت الجماعة يوم 10 أغسطس، إذاعة أخرى للإخوان من مدينة القاهرة، تبث عبر موقعها على الإنترنت.
- إذاعة محيط الإلكترونية (كنموذج للإذاعة الإلكترونية العربية):

إذاعة محيط هي إذاعة إلكترونية مصرية بدأت البث عام 1998، بعد فترة من تدشين موقعها الذي كان أوائل المواقع الإخبارية العربية على الإنترنت.

تسعى هذه الاذاعة للعمل بمهنية وحيادية. فمع الموقع الإخباري الشامل تسعى هذه الاذاعة مخاطبة العالم.

في اذاعة محيط أكثر من 14 مذيعاً ومقدماً للبرامج، وقبل البث، عقدت الاذاعة دورات تدريبية للعاملين بها منهم يجرعات تدريبية في فنون الإعلام الإذاعي، أشرف عليها مذيعون من ذوي الخبرات الكبيرة، من العاملين في الاذاعة المصرية، بإذاعات "صوت العرب" و"البرنامج العام"، ويشير المشرف على هذه الاذاعة إلى أن اذاعة محيط تعمل بنظام "الاذاعة حسب اختيار المستمع"، فيمكن للمستمع الدخول إلى الموقع واختيار القسم الذي يهتم بمتابعة أخباره، سياسي واقتصادي واجتماعي ورياضي،... إلخ، ثم يختار البرنامج الذي يود الاستماع إليه في الوقت المناسب له، لأن برامجنا تقدم مسجلة، ويتم "أرشفتها"، حسب القسم والبرنامج".

كما ويوضح المشرف أن الاذاعة الآن متوقفة، "لأننا نعيد تطويرها بشكل كامل، لتخرج بعدها في ثوب جديد، كما نفكر في استخدام تكنولوجيا ما يعرف اختصاراً بـ(T.T.P)، لتحويل النص إلى صوت، وبعد سينحصر دور المذيعين في إجراء مقابلات وصل ريبورتاجات فقط، لأن الأخبار ستقرأ بنظام القارئ الآلي، كما تسعى للحصول على تكنولوجيا (P.T.T) العكسية، باهظة الثمن، لإتمام مشروع الأرشفة والتوثيق الإذاعي والتلفزيوني".

« الوحدة الحادية عشر »



التلفزيون الإلكتروني
(تلفزيون الإنترنت)

الوحدة الحادية عشر

التلفزيون الإلكتروني (تلفزيون الإنترنت)

تحتوي هذه الوحدة على:

- الباب الأول: تلفزيون الإنترنت
- الباب الثاني: يوتيوب ودوره في الاعلام

الباب الأول: تلفزيون الإنترنت

مع التقدم السريع في تقنيات الإنترنت وسرعاته، ساهم في تغيير خارطة الترفيه المنزلي التقليدية، ليمس الإنترنت هو المصدر الأول للترفيه المنزلي تقريباً، صاحب هذا التحول إعلان العديد من القنوات الشهيرة عن تقديم خدمات البث المباشر عن طريق الإنترنت، وبث الفعاليات المختلفة كذلك، ليمرر مصطلح (تلفزيون الإنترنت).

❖ ماهو تلفزيون الإنترنت؟

مع التوسع في مجال الاصلام المرئي وانتقاله لنسخة أكثر عصرية وتفاعلية، التمس هذا المفهوم على العديد غير ان المعنى الأساسي له هو امكانية بث ومشاهدة المواد التلفزيونية عبر الإنترنت، سواء كانت هذه المواد مسجلة او مباشرة.

ليتضح هذا المفهوم بصورة اكبر يجب معرفة الية البث والتي تعرف باسم البث التلفزيوني عبر الانترنت او IPTV وتتم باستخدام بروتوكول الإنترنت (IP) عبر شبكات الكمبيوتر ودون الحاجة الى الاستعانة بالاقمار الصناعية، والفرق الأساسي بين نظام IPTV ونظم التلفزيون التقليدية هو استخدام شبكات الكمبيوتر بدل طرق البث التقليدية لإيصال المادة المرئية للمشاهد.

• مشاهدة مجانية وخدمات تفاعلية:

يتيح البث التلفزيوني عبر الانترنت مزايا عديدة منها الخدمات التفاعلية المجانية والتي تشمل الحصول على جدول البث ومواعيد البرامج بالإضافة خدمة التذكير والتسجيل، مع إتاحة خدمة المشاهدة حسب الطلب وتجدر الإشارة الى ان هذا البث يتيح نقل فعاليات مباشرة عبر الانترنت ولعل من أبرزها مؤخراً في المملكة، (مِزاد عذبة للخيل – athbahauktion.com) و(فعاليات تيسدكس – tedxarabia.com) ومؤتمر (عرب نت – arabnet.me)،

❖ أشكال البث التلفزيوني عبر الانترنت:

يمكن تصنيف المشاهدة عبر الانترنت بحسب المادة المعدة وطريقة استقبالها وبها لتشمل ثلاث انواع رئيسية هي:

(1) المشاهدة المباشرة TV Onlain

ويمثل المشاهدة عبر الانترنت بأبسط صورها عبر تطبيقات الكترونية او مواقع متخصصة توفر هذه الخدمة، يمكن مشاهدة القنوات التلفزيونية او متابعة البث المباشر للفعاليات المنقولة، كما ان العديد من القنوات الفضائية اتجهت مؤخراً لبث برامجها عبر مواقعها الالكترونية، وغالباً ما تكون هذه الخدمة متاحة مجاناً في المواقع الالكترونية للقنوات الاخبارية، ويمكن مشاهدة عبر الكمبيوتر مباشرة.

من الامثلة على القنوات العربية التي اتاحت هذه الخدمة

- قناة BBC العربية على موقعها www.bbcarabic.com
- قناة العربية التابعة لمجموعة MBC على موقعها www.alarabiya.net/live
- قناة الجزيرة الفضائية www.aljazeera.net/channel/livestreaming

(2) مشاهدة البرامج المسجلة Catch up TV

هي مشاهدة البرامج التلفزيونية بعد موعد بثها الأساسي، أي أنها تكون مسجلة وغير مباشرة وذلك عبر مواقع الكترونية متخصصة بتوفير هذه المواد لفترات طويلة أو قصيرة تصل لسبعة أيام (أشبه بمكتبة أو أرشيف)، كما أن العديد من القنوات الفضائية تعتمد على تخصيص أقسام عبر مواقعها الإلكترونية لتوفير هذه المواد بهدف التفاعل مع المشاهدين ولحفظ حقوق النشر ولعل من أشهر المواقع التي تقدم هذه الخدمة:

- موقع IPlayer الخاص بقناة bbc البريطانية على موقع www.bbc.co.uk/iplayer/tv
- موقع شاهد نت لبث برامج ومسلسلات قنوات mbc على الموقع shahid.mbc.net
- موقع مؤسسة دبي للإعلام على الموقع www.dubaimedia.ae

(3) خدمة المشاهدة حسب الطلب Video on Demand

وهي إحدى الخدمات التفاعلية التي يتيحها نظام البث التلفزيوني عبر الإنترنت وغالباً ما تقدم برسوم مالية، حيث تتيح للمستخدمين شراء البرامج التلفزيونية أو المباريات الحصرية والتي تبث عبر القنوات المشفرة وتعرف Pay Per View أو شراء أفلام سينمائية لمشاهدتها في المنزل، وبعد شراء البرنامج يتم تشغيله على التلفاز مباشرة، أو تسجيله إلى المسجل الرقمي المستأجر من مزود الخدمة أو تحميله على الكمبيوتر للمشاهدة في وقت لاحق، ولعل من أشهر المواقع العالمية التي التي تقدم هذه الخدمة هي:

- نت فليكس على الموقع www.netflix.com
- متجر أمازون على الموقع www.amazon.com/gp/video

❖ طرق مشاهدة تلفزيون الانترنت

يمكن مشاهدة تلفزيون الانترنت من خلال العديد من الطرق المختلفة
ويمد الكمبيوتر بنوعيه المكتبي والمحمول الطريقة الأكثر شيوعاً وذلك بالمشاهدة
المباشرة من خلالهما أو عبر وصلهما بالتلفزيون العادي، وكل ما عليك فعله هو
شراء توصيلة فيديو كمبيوتر والذي يعرف بسلك S-Video ووصل التلفزيون
بالحاسب من خلالهما، كما بالإمكان المشاهدة عبر الهاتف المحمول مثل أي فون
أو البلاتك بيرى.

الباب الثاني، يوتيوب ودوره في الاعلام

• تعريف اليوتيوب:

يوتيوب (YouTube) هو موقع ويب معروف متخصص بمشاركة
الفيديو، يسمح للمستخدمين برفع ومشاهدة ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل
مجاني.

تأسس في 14 فبراير سنة 2005 بواسطة ثلاث موظفين سابقين في شركة
باي بال هم تشاد هيرلي وستيف تشين وجاود كيريم، في مدينة سان برونو، سان
ماتيو، كاليفورنيا، الولايات المتحدة الأمريكية.

ويستخدم تقنية الأوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة. محتوى الموقع
يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، والموسيقى، الفيديو المنتج من قبل الهواة،
وغيرها. وهو حالياً مزود بـ 67 موظف. في أكتوبر 2006 أعلنت شركة Google
الوصول لاتفاقية لشراء الموقع مقابل 1.65 مليار دولار أمريكي أي ما يعادل 1.31
مليار يورو. وهو يعتبر من مواقع ويب 2.0.

اختارت مجلة "تايم" الأمريكية موقع يوتيوب على الإنترنت رجل عام
2006 لدوره في إعطاء الفرصة لزواره في إنتاج المواد التي يعرضونها في الموقع.

• أول فيديو على اليوتيوب:

بعد الفيديو المرفوع من قبل جاود ككريم بعنوان (أنا في حديقة الحيوان)
(Me at the zoo)

• اليوتيوب بأرقام:

- بحسب موقع Alexa، يوتيوب هو حالياً ثالث أكثر المواقع شعبية في العالم بعد فيس بوك وجوجل.
- في يوليو 2006، صرح المسؤولون عن الموقع بأن عدد مشاهدة الأفلام من قبل الزوار مكل يصل إلى 100 مليون يومياً.
- في شهر يناير 2008 فقط، 79 مليون مستخدم شاهد أكثر من 3 مليارات فيلم.
- في أغسطس 2006، ذكرت الوجل ستريت جورنال بأن الموقع يستضيف 6.1 مليون فيلم، بسعة 600 تيرابايت.
- في 2007، استهلك الموقع قدراً من حجم تدفق البيانات (bandwidth) مماثل لاستهلاك العالم لجميع مواقع الإنترنت في عام 2000.
- يتم رفع 13 ساعة تقريباً من الأفلام في كل دقيقة.
- في مارس 2008، قدرت كلفة الموقع بحوالي مليون دولار أمريكي يومياً.

• التأثير الاجتماعي لليوتيوب:

بعد إطلاق يوتيوب أصبح من السهل نشر الأفلام ليشاهاها المستخدمون حول العالم. وأصبح العديد من الهواة مثل الكوميديين والمسياسيين والموسيقيين الذين ينشرون مقاطع مصورة بشكل مستمر، مثل بات كوندل(en) ويعتقد أن فيديو بيبي (baby) للمغني جاستن بيبر هو أكثر الفيديوهات مشاهدة على موقع اليوتيوب، بعدد يزيد عن 800 مليون شخص.

الآن فيديو المغني الكوري الجنوبي ساي "جانجام ستايل (PSY gangnam style) تجاوزه يوم 24 نوفمبر 2012 بحصوله على مليار مشاهدة.

• شروط الخدمة:

لا يسمح في يوتيوب وضع أفلام لها حقوق نشر محفوظة من دون إذن صاحب العمل. كما لا يسمح بوضع الأفلام الإباحية، أو الأفلام التي تسيء لشخصيات معينة، أو الأفلام الفاضحة، أو الإعلانات التجارية، أو الأفلام التي تشجع على الإجرام.

• التقنية المستخدمة في اليوتيوب:

يستخدم يوتيوب تقنية أدوبي فلاش لعرض الأفلام. يتطلب مشاهدة الأفلام تحميل البرنامج المشغل لفلاش، رغم أن الشركة تذكر بأن البرنامج موجود حالياً في حوالي 90% من أجهزة الحاسب في العالم التي تستخدم لتصفح الإنترنت، تحول يوتيوب الأفلام المرسلة إليها إلى امتداد FLV أو فلاش فيديو.

لا يمكن تنزيل الفيلم مباشرة من الموقع، ولكن يمكن استخدام برامج أو وصلات خارجية لذلك. يمكن تشغيل ملفات FLV في الكمبيوتر عن طريق عدة برامج منها جوم بلاير، وجناش، وVLC، وغيرها. كما أتاح الموقع نسخة HTML5 من المشغل بصيغة فيديو وب إم وصوت فريس للمتصفحات التي تدعم تلك التقنيات.

الملفات المرسلة ليوتيوب يجب أن لا يزيد طولها عن 15 دقيقة للمستخدمين الجدد ولكن يمكن أن تزيد المدة للمستخدمين الآخرين، وأن لا يزيد حجمها على 1 جيجابايت (1024 ميجابايت). يمكن رفع الملفات ذات الامتدادات التالية: WMV، وAVI، وMOV، وMPEG، وMP4، وGP.3 يمكن رفع الأفلام ذات

الامتداد GP 3 من الهاتف النقال مباشرة عن طريق الموقع الخاص بالهواتف وهو "m.youtube.com".

• الصوت في اليوتيوب:

تحتوي الملفات المرفوعة في يوتيوب على صوتيات بصيغة MP3 وبشكل افتراضي يكون نظام الصوت فردي (mono)، مع معدل 64 كيلوبت للثانية، مع تخفيض الإشارة الصوتية (sampling) إلى 22050 هرتز.

• جودة الأفلام في اليوتيوب:

أبعاد الأفلام بشكل افتراضي تكون 240×320 بكسل، وتستخدم مرمز (codec) سورنسون سبارك H.263 معدل البت لإشارة الفيديو هو حوالي 314 كيلوبت لكل ثانية، أما معدل الصور أو الإطار (frame rate) فيعتمد على الملف المرفوع.

في مارس 2008 أطلق الموقع خاصية جديدة تسمح برفع ملفات أفضل جودة، ويتم عرضها بأبعاد 360×480 بكسل. وأطلقت جودات أخرى وهي p720 و p1080 كما تم إضافة تقنية عالي الوضوح HD وتم إضافة تقنية 3D أي مشاهدة المقامع بالتقنية الثلاثية الأبعاد وحالياً يمكن عرض الأفلام بدقة ال 4 k وهي دقة كبيرة جداً وشديدة الوضوح.

• دور اليوتيوب في خدمة الإعلام الإلكتروني:

توقع اليوتيوب حضوراً قوياً في الساحة الإعلامية، فاسمه يتكرر صداماً في الكثير من البرامج السياسية، كبطل أساسي في العديد من القصص الخيرية والظفرات التلفزيونية والإذاعية والموضوعات الصحفية، وكمصدر للأخبار والمعلومات والآراء، حيث وكما ذكرنا بات الموقع الذي تأسس عام 2005 بكاليفورنيا، يحتل المرتبة الثالثة عالمياً من حيث معدلات الدخول عليه، حتى أصبح

أيقونة متكررة كأكبر اسم مطبوع على أزار الحواسيب في كل التاريخ البشري (تريليون إدخال حتى الآن).

لقد تحول اليوتيوب إلى ما يشبه الأرشيف المصور لأهم ما تعرضه القنوات التلفزيونية وحتى لغيرها من الوسائل الإعلامية، ووسيلة اتصال جماهيرية فائقة الذوق، فهو أقرب إلى تلفزيون الناس People TV، ولا يكاد يحدث حدث في العالم إلا وترصده كاميرات مستخدمي اليوتيوب، وما أن يسمع الناس بهذا الحدث حتى يهرعوا لليوتيوب بحثاً عن تفاصيله، حتى أصبح ساحة مفتوحة للتعبير عن الآراء وتبادل المعلومات.

من ناحيتها بدأت بعض القنوات التلفزيونية في تخصيص برامج خاصة قائمة أساساً على ما يتم بثه عبر اليوتيوب مثل برنامج وثائقية الويب web documentary في القناة الفرنسية، وكذلك فعل قناة الـ CNN وغيرها من القنوات.

لقد تزايدت أهمية اليوتيوب مع اندلاع أحداث الربيع العربي، حيث اهتمده الكثير من الثوار سلاحاً معنوياً في تحقيق مطالبهم ووسيلة لتوصيل أصواتهم لشعوبهم، وفضحاً لممارسات تحرم السلطات على التعتيم عليها، فضلاً عن كونها وسيلة مرتبطة بالجيل الجديد من الشباب المرتبط بالتكنولوجيا، كهواية واحتراف، ووسيلة سياسية، وأيضاً ترفيهية وثقافية.

كما هو معروف فإن اليوتيوب ظهر مع تطور الإنترنت، وتقدم برمجياتها، وتزايد الاعتماد على ما يعرف بالويب، كما ظهر في إطار انتشار أنواع مسميات جديدة من العمل الصحفي مثل: صحافة المواطن، وصحافة المشاركة، وصحافة الويب، والتي تتيح لأي مواطن ممارسة حقوقه الإعلامية في إرسال واستقبال ما يعن له من مواد وأخبار وآراء، فضلاً عن إتساع رقعة الإنترنت وانتشارها عالمياً وتزايد عدد مستخدميها، وتطور بنيتها التحتية، وتراجع أسعار التكنولوجيا، وزيادة معدلات الإدماج بين وسائل الاتصال من إنترنت وكمبيوتر وأجهزة محمولة وأقمار صناعية

ومساعدات تكنولوجية، بحيث أصبح من اليسير تنقل الأخبار والمعلومات ما بين هذه الوسائل لاعتمادها على الرقمنة سواء في النصوص أو الصور أو الفيديوها، وأصبح من اليسير على أي مواطن أن يمارس مهنة العمل الصحفي عن طريق جهاز الموبايل الخاص به مثلاً، سواء في التقاط صورة أو فيديو وتحريرهما، وكتابة نص ملحق بهما، ثم إرساله عبر بريده الإلكتروني وتحميله على موقع اليوتيوب.

لقد أصبحت العديد من الوسائل الإعلامية تستخدم اليوتيوب كمنابر إضافية لها للوصول لجمهورها المستهدف، فمثلاً لقناة الجزيرة وصحيفة القدس العربي مساحة خاصة على اليوتيوب تبث فيها أعمالها بالإضافة لمواقعها، وتقوم قنوات فضائية وشبكات تليفزيونية شهيرة بنفس الشيء مثل (السي بي سي).

• ميزات اليوتيوب:

ويتميز اليوتيوب بمقومات فريدة من نوعها تدعم مكانته كوسيلة اتصالية من بينها:

- ضخامة مساحته التخزينية.
- مجانيته.
- سهولة ربطه بالمواقع والمدونات الإلكترونية.
- إمكانية استقباله على أجهزة إلكترونية متعددة.
- تنوع وتعدد مستخدميه.
- كثره خياراته ومواده.
- سماحه لمستخدميه بمساحة حرية كبيرة.
- عدم وجود رقابة عليها (إلا فيما يتعلق ببعض الجوانب الأخلاقية أحياناً).
- إمكانية استخدامه كوسيلة تسويقية وإعلانية وترويجية، وفي الحملات السياسية مثلما فعل أوباما أثناء فترة الانتخابات الرئاسية، حيث خص اليوتيوب ببعض أخباره وخطبه، قبل أن يتم بثها عبر الوسائل الأخرى، وكما

فعلت ملكة بريطانيا في عام 2007 بيت رسالتها السنوية عبره، وكذلك فعلت هيلاري كلينتون عند إعلانها لترشحها لسباق الرئاسة.

• اليوتيوب ووسائل الإعلام:

مع تزايد أهمية اليوتيوب وزيادة عدد مستخدمييه، وارتفاع دوي اسمه في العالم، باتت وسائل الإعلام تعتمد عليه كمصدر للأخبار بإعتبار أن العديد من الجهات (رسمية وغير رسمية، هواة، وجمهور عام) تقوم بتحميل مواد وآراء وأفلام ومقاطع فيديو وصوتية على الموقع، وينفرد بعضها بتوثيق أحداث وأخبار وموضوعات لا تستطیع وسائل الإعلام التقليدية القيام بها، كما يتواظر على الموقع إمكانية معرفة آراء جماعات وأفراد يصعب على وسائل الإعلام الوصول إليهم، فضلاً عن أن مساحة الحرية التي يتمتع بها اليوتيوب تسمح لوسائل الإعلام بالتعرف على وجهات نظر بديلة ومغايرة عما ألفته، وكذلك يأتي اهتمام وسائل الإعلام باليوتيوب في إطار تجاوبها مع اهتمامات جمهوره، الذي أصبح يقضي جزء كبير من وقته على الإنترنت.

ومن ثم تعددت العوامل التي دفعت بوسائل الإعلام نحو إيلاء اهتمام متزايد باليوتيوب، حيث بدأ بعضها بمقد اتفاقات مع الموقع، لبت بعض مواده، ولإقتسام جزء من الإيرادات، كما بدأ بعضها يشتري مساحة على الموقع كمنبر إضافي له، وقام البعض الآخر بتخصيص مندوب صحفي لمتابعة ما يث على اليوتيوب، بل وخصصت بعض القنوات برامج خاصة لإعادة بث مواد اليوتيوب.

ومع تزايد الاهتمام باليوتيوب كوسيلة للتعبير والاحتجاج السياسي، وانفراده ببيت لقطات ومشاهد لأحداث لم تظهر على شاشات وصفحات وسائل الإعلام الأخرى، ولجوء بعض النشطاء السياسي اليوتيوب كوسيلة للحشد والاحتجاج، مع تصاعد حدة الأحداث السياسية في العالم وفي المنطقة العربية، بدأت البرامج السياسية تهتم باليوتيوب كمادة وثائقية ومصدر معلوماتي ضمن تقاريرها وبرامجها، بل وأصبحت تدار برامج تووك شو حول لقطات تم استقائها من

اليوتيوب، والذي نجح في إشعال فتيل الكثير من الأحداث، مثل ذلك المشهد الذي تم بثه على اليوتيوب مؤخراً لضابط مصري يهتله جنوده لتجاحه في إصابة عين صبي أثناء أحداث 19 نوفمبر الحالي في مصر.

• المصادقية في اليوتيوب:

وبالرغم من هذه الأهمية المتزايدة لليوتيوب، فلا تزال ثثار العديد من الأسئلة حول مدى مصداقية الاعتماد على مشاهد ولقطات إنتاجها (هاواو شاهد هيان) غير محترف إعلامياً، وله تحيزات خاصة، أو قد يكون وراءها مصادر مجهولة ذات مصالح خاصة، فضلاً عن إمكانية تحويرها وتشويهها وحذف مقاطع منها وإضافة مقاطع أخرى، مثل الفيديو الذي ظهر مؤخراً لرئيس المخابرات المصري السابق همر سليمان والذي أعلن فيه على خلاف الحقيقة تنحي المجلس العسكري وتسليم السلطة لمبارك، والعكس كان هو الصحيح، فضلاً عن الانتقادات الفنية المتعلقة بمحدودية زاوية التصوير، ورداءة بعض اللقطات فنياً.

ولكن بالرغم من هذه الانتقادات، فإن لوسائل الإعلام أساليبها في تغطية المواد المستقاة من اليوتيوب والتأكد من صحتها، وكذلك، فإن فتح المجال للهواة وشهود العيان، إنما يمثل بداية تحول جديد في عالم الإعلام، يعتمد على تمكين المواطن العادي من التمتع بحقوقه الإعلامية القائمة على حق الإرسال والاستقبال للمعلومات، على أمل أن تتزايد قدراته الإعلامية مستقبلاً ليصبح أكثر دارة بأخلاقيات العمل الإعلامي، كما إن أفراد اليوتيوب ببعض اللقطات يجعل من الصعب الإستغناء عنه. فالمستقبل لا يزال يحمل الكثير لليوتيوب، فمنافسوه يتزايدون، وقدرته على البث المباشر تتسارع، وعند مستخدميهم يتكاثرون، وإن دماجه مع الوسائط الأخرى تتصاعد، وحاجة وسائل الإعلام له تتطور وخاصة مع تتابع الأحداث السياسية، نعم لقد حان الوقت ليكون لك "يوتيوب" خاص بك.

❖ أشخاص اشتهروا عبر اليوتيوب:

فتح الموقع الياب على مصراعيه أمام العشرات من الأشخاص ممن نشروا مواهبهم الأدبية والفنية والكوميدية والتنشيطية مما حقق لهم شهرة كاسحة، من أهمهم:

• جاستن بيبير:

جستين بيبير (Justin Bieber) هو مغني بوب/ريذم أند بلوز كندي مقيم في أتلانتا، جورجيا في الولايات المتحدة ولد في 1 مارس 1994 بدأ الغناء عام 2009 وكانت بدايته في الغناء عن طريق موقع يوتيوب حيث اكتشفه هناك سكوتر براون والذي أصبح مدير أعماله مستقبلاً وجلبه إلى الولايات المتحدة، وكان المغني الشهير أشر أول من ساعده للوصول إلى طريق النجومية.

• ريمي غايار:

ريمي غايار كوميدى فرنسي ولد في مونتيليبه في 7 فبراير 1975 اشتهر بمقاطع الكوميدية التي نشرها بداية على موقع اليوتيوب والمستوحاة من أعمال الكوميديين باستر كيتون وشارلي شابلن والتي حققت نجاحاً كبيراً وأرقام مشاهدة قياسية وهذه المقاطع هي مقاطع كوميدية صامتة يستلهم فيها مقالب ومواقف ضريبة مستعينة في أغلب الأحيان بوسائل وملابس تنكرية.

• كودي سيمبسون:

كودي روبرت سيمبسون (ولد في 11 يناير 1997)، مغني بوب أسترالي من جولد كوست، كوينزلاند يعيش حالياً في الولايات المتحدة.

• كينان كاهيل.

• باسم يوسف:

باسم يوسف 21/مارس /1974 هو طبيب جراح مصري ومقدم برنامج سياسي ساخر، اشتهر عبر تقديم برنامجه "البرنامج" المناع على قناة أون تي في قبل الانتقال لقناة سي بي سي في نوفمبر 2012 لتقديم ذات البرنامج. يحاكي برنامجه التلفزيوني البرنامج الأمريكي (ذا دايلي شو) الذي يقدمه الناقد الساخر جون ستوارت.

بدأ باسم يوسف تقديم برامج الهجاء السياسي من طريق الانترنت بعد ثورة الخامس والعشرين من يناير من خلال برنامج باسم يوسف شو الذي بدأ عرضه على موقع يوتيوب يوم 8 مارس 2011. تم عرض أكثر من 108 حلقة من البرنامج. وبلغت مشاهدات حلقات البرنامج أكثر من 15 مليون مشاهدة.

• تيرا ناومي.

• ري ويليام جونسون.

• أوستن ماهون.

• عادل المقرن.

• ابراهيم صالح.

• بدر صالح.

بدر صالح (4 مايو 1984)، ممثل كوميدي سعودي. من مواليد مدينة جدة في السعودية. وهو صاحب برنامج إيش اللي الذي يتصدر البرامج السعودية على موقع يوتيوب وأكثر البرامج إشراكاً ومشاهدة في المملكة العربية السعودية.

• علي الكلثمي.

• فهد البتيري.

• هادي الشيباني.

• التمساح (مكاريكاتير):

التمساح شخصية كراكترية ساخرة يقوم بأدائها إبراهيم الخير الله
اشتهرت في البداية مع برنامج لا يكثر كشخصية ثانوية ثم انفصل لاحقاً عن لا
يكثر بطريقة كوميدية وبدأ بإنشاء برنامجه الكوميدي الخاص المعروف باسم
التمساح (Tamsa7LY) وحقق برنامجه الخاص شهرة عريضة على مستوى
المملكة والخليج بشكل عام.

• أيوب التمايتي.

• عمر حسين.

وغيرهم الكثير.

« الوحدة الثانية عشر »



الأرشيف الإلكتروني

الوحدة الثانية عشر

الأرشيف الإلكتروني

يمثل الأرشيف أداة الحفاظ على التراث واسترجاعه للاستفادة منه في الحاضر إلا أنه يواجه تحديات التطورات التقنية لهذا يجب تحديث عرض الوثائق واسترجاعها لتحسين شروط البحث الذي يبنى على المعرفة الموضوعية القائمة على الوثائق، مما يستوجب التفكير الجدي في ملائمة هذا الأرشيف مع التطورات التي يعرفها البحث العلمي القائم على المعلومات.

❖ تعريف الارشفة والارشفة الالكترونية:

• الأرشيف:

ذاكرة البشرية وذاكرة الدولة وذاكرة الإدارة معاً وهو في وظيفته المعاصرة يتقاطع مع المفهوم الذي التصق بالأرشيف في الماضي وبالقائمين عليه حيث أصبح يمثل اليوم العنصر الأساسي في الإدارة واعتبر أن الأرشيف هو اللجنة الأولى التي يعتمد عليها في عملية اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب.

• الأرشفة الإلكترونية:

(أو كما يطلق عليها كذلك الأرشفة الآلية) (نظم إدارة الوثائق) وهي إمكانية تصوير وفهرسة الوثائق وتحويل بياناتها وفي ذات الوقت توفر للمستخدم طرق كثيرة لاسترجاعها والإطلاع عليها وتداولها إلكترونياً بسهولة. يتيح نظام الارشفة الالكترونية أرشفة الوثائق والاحتفاظ بها على شكل ملفات الكترونية مما يسمح باستغلال الأماكن المخصصة لحفظ الوثائق الورقية واستخدامها لأمر حيوية أخرى وزيادة فاعلية أنظمة الأرشفة الإلكترونية إمكانية تطبيقها على مستوى الشبكة الداخلية في الإدارة وإمكانية توسيعها في المستقبل دون أي عائق

بحيث يمكن لكل مستخدم استعراض الوثائق حسب الصلاحيات الممنوحة له من قبل مدير النظام.

❖ أهمية الأرشيف الإلكتروني:

يعتبر الأرشيف وسيلة عمل، وأداة تسيير للمؤسسات على غرار الموارد الأخرى سواء أكانت بشرية أم مالية أم مادية؛ والتحكم في تسيير الأرشيف ينعكس إيجابياً على حسن التسيير للمؤسسات مهما كان مجال تخصصها.

تظهر أهمية حفظ الوثائق بالنسبة للمنتجة الحفاظ على ذاكرتها بعد توقف نشاطها وتظهر الحاجة للأرشفات الإلكترونية من خلال:

1. تضخم حجم الوثائق والمعطيات المنتجة.
2. النهضة التكنولوجية وتطبيقاتها.
3. تطوير التشريعات القانونية.

❖ ركائز الأرشيف الإلكتروني:

وأهم الركيزتين التي يقوم عليها الأرشيف الإلكتروني:

(أ) بناء ذاكره مؤسسية تكاملية عن طريق:

- تجميع موارد المؤسسة ومراكز المعلومات بصورة متكاملة.
- إتاحة المعلومات طوال الوقت.
- متابعة تنفيذ الأعمال.
- توفير التقارير والإحصائيات لتخذي القرار.

(ب) تطوير أسلوب أداء الأعمال:

- التحول من مجتمع ورقي إلى مجتمع إلكتروني.

■ تنمية مهارات وقدرات الموظفين.

■ تغيير ثقافة الموظفين.

وتظهر مهام الأرشيف الإلكتروني للمستفيدين في عصر المعلومات الذي يشهد توجهها متزايدا نحو دعم حق الجمهور بالإطلاع على المعلومات والوثائق الرسمية ولا تستطيع دور الأرشيف بطرقها التقليدية تقديم هذه الخدمات على نطاق واسع وفي حين توفر البيئة الإلكترونية إطلاع عدد غير محدد من الناس في جميع أنحاء العالم على الوثيقة ويعزز الأرشيف الإلكتروني توجه الحكومات نحو النظام الإلكتروني

وتظهر مهام أخرى للأرشيف الإلكتروني على الوثائق ولقد توسعت مهام الأرشيف فلم تعد سلطته بالوثائق محصورة بالورقية بل توسعت لتشتمل الوثائق الإلكترونية حيث أن معظم الحكومات اتجهت نحو رقمته أعمالها بشكل كامل وأصبحت الوثيقة الإلكترونية هي الأصل والنسخة الورقية مجرد صورة الأصل وأصبحت عملية نقل هذه الوثائق بشكلها الإلكتروني وضمها للأرشيف الوطني أمر بسيط وسهلا.

❖ مزايا الأرشيف الإلكتروني:

تطور في الفترة المعاصرة وبشكل كبير استعمال التكنولوجيا والمعلومات في الحياة الاجتماعية والثقافية، وبدأت مراكز الوثائق والأرشيف والمكتبات الوطنية لاعتماد النظم الرقمية التي توفرها المعلومات ونوجز مزاياها فيما يلي:

1. المساعدة في الحفاظ على الوثائق النادرة والسريعة المطب من دون حجب الوصول إليها من الراغبين في دراستها.
2. إظهار تفاصيل لا يمكن رؤيتها مباشرة على الوثيقة لا تظهر على المخطوط بسهولة حيث يستطيع الباحثون تفحص المخطوطة على الانترنت بينما تبقى المخطوطة محفوظة بأمان في مكتبة.

3. سهولة استرجاع واستخدام الوثيقة وفقا للموضوع أو المنطقة الجغرافية أو الشخصية أو التسلسل الزمني أو للجهة التي صدرت عنها الوثيقة لا تتوفر في طرق التصنيف اليدوية.
4. عندما تحول الوثائق إلى الشكل الرقمي يمكن للمرء استرجاعها في ثوان، بدلا من عدة دقائق. كما يمكن لعدد كبير من الأشخاص قراءة الوثيقة الواحدة في الوقت نفسه، يمكن للباحثين الاطلاع عليها عبر الانترنت بدل الحضور شخصيا إلى دار الوثائق ومكابدة مشاق السفر.
5. التوفير في مكان التخزين، حيث أن النسخ الالكترونية تشغل حيزا بسيطا وصغيرا في المجال.

❖ أدوات إنشاء الأرشيف الإلكتروني؛

للتحول إلى الأرشيف الالكترونية بعض المتطلبات وأهمها؛

1. الأجهزة والالات Hardware؛

وتشمل الماسحات الضوئية، الحاسب الآلي، الطابعات والخوادم وغيرها، حيث يتم مسح الوثائق ومعالجة تخزينها في وسائط الكترونية.

وتختلف تجهيزات نظام الأرشيف باختلاف حجم الوثائق والفرص المطلوب من نظام الأرشيف ويمكن إيجاز مواصفات هذه التجهيزات فيما يلي؛

- نظام استثمار أرشيف محدود جاهز مبنية حول حاسوب يمكن أن يتألف من حاسوب شخص مزود بقارئ CD-ROM مع مجموعة من الأقراص، الليزرية التي تحتوي صور الأرشيف الجاهز وتكون تكلفة مثل هذا النظام محدودة.
- نظام إدخال واسترجاع مزود بوسائل إدخال الوثائق النصية (الماسحات الضوئية) ووسائل استرجاعها (مخططات عمل حاسوبية وهذه الوسائل

والمحيطات مبربوطة على شبكة محلية بحيث يتضمن النظام عدة محطات إدخال وعدة محطات استعراض.

2. البرامج Software،

مثل نظام بايت كويست ByteQuest ونظام إي دو كس eDoX.

3. البرامج المساعدة،

مثل برنامج Wise Image والذي يستخدم لتنظيف الوثائق على النقط السوداء أو الإنحناءات وبرنامج View Rx View يساعد على عرض ومشاهدة 300 نوع من الملفات.

4. إنشاء قواعد بيانات.

❖ طرق التحول إلى الأرشيف الإلكتروني،

عندما تقرر أي مؤسسة استخدام النظام الرقمي فلا بد لها من دراسة الخيارات التقنية ومزايا وعيوب كل منها ولا بد لها من الموازنة بين ثلاث أمور هي:

- الحفاظ على الوثائق.
- التكلفة.
- سهولة الاستخدام.

• الخيارات التقنية:

هناك عدة خيارات للتحويل إلى أرشيف إلكتروني أهمها:

(1) المسح:

فيه يتم تحويل الصفحة إلى صورة، مع استخدام نظام التعرف على الأحرف ويمكن اعتبار هذه الطريقة هي الأفضل والأنسب وذلك للأسباب التالية:

- تحافظ على شكل الوثائق كما هو في شكلها الورقي مع الأختام والأرقام والملاحظات المكتوبة على هامش الوثيقة.
- هي الطريقة الأرخص بالمقارنة مع الطرق الأخرى.

غير أن عملية المسح يجب أن تترافق مع فهرسة دقيقة للوثيقة وتحديد مواصفات، وكلمات مفتاحية، بهدف استرجاعها بصورة ملائمة موضوعياً:

(2) الكتابة من جديد ويتم ذلك عن طريق لوحة المفاتيح.

(3) إدخال الوثيقة وفق معايير النصوص الفائقة.

• الإجراءات الداخلة في عملية الأرشفة فهي كالتالي:

- المصور على الوثيقة بشكلها القابل للأرشفة ثم مسحها إلكترونياً.
- فهرس الوثيقة.
- ضغط المعلومات.

أي حفظ الصورة بحيث لا تأخذ حيزاً كبيراً من قرص التخزين في قاعدة معطيات أو في ملفات حوامل مغناطيسية أو صوتية:

- صفة إمكانية الاسترجاع الآلي للوثيقة.
- التوزيع عبر الشبكات الحاسوبية المختلفة.

• أنواع حامل المعلومات الرقمية فهي:

- الوسائط المغناطيسية.
- الأقراص المغناطيسية.
- الأشرطة المغناطيسية الرقمية.
- أبراج الأقراص الضوئية.

وهي نظم نحفظ فيها عدة أقراص ضوئية وإذا كانت سعة هذه الأقراص كبيرة فيمكن أن يصل حجم تخزين البرج إلى 100، 200 جيكا بايت أي ما يتسع لتخزين 8 - 4 مليار صفحة على شكل صورة ولكن سبيل هذه الأبراج أن زمن الانتقال من قرص إلى قرص، كبير نسبياً يتراوح بين 8 ثوان و30 ثانية.

❖ خصائص الأرشفة الإلكترونية:

من أهم خصائص وميزات الأرشفة الإلكترونية ما يلي:

- التعامل مع قواعد البيانات.
- دعم تقنية الشبكات.
- الدعم الفني الجيد بعد التركيب.
- يفي باحتياجات المؤسسة.
- سهل الاستخدام.
- لا يحتاج لكثير من التدريب.
- دعم اللغة العربية وأغلب اللغات.
- دعم الدخول عن بعد للنظام.
- تصدير البيانات.
- دعم البروتوكولات العالمية المشهورة.
- دعم خاصية مراحل سير العمل.
- التكامل والاندماج مع نظم أخرى.

- قدرة على حماية الوثائق.
- قدرة على تقديم التقارير.
- يتضمن محرك بحث قوي يدعم البحث بجميع الحقول.
- دعم البريد الإلكتروني.
- التعامل مع جميع أنواع الملفات.
- يدعم حفظ الفاكسات الواردة.
- سهل التطوير والتحديث.
- يدعم برامج الصور والرسومات.
- حفظ والتقاط جميع المقاسات.
- دعم أرشفة الوسائط الأخرى.
- دعم خاصية التحويل من ميكروفيلم إلى رقمي والعكس كذلك.
- دعم استرجاع البيانات التالفة.
- البحث الهيكلي.
- دعم أكبر عدد من وسائط الحفظ.
- يكون مزودا بدليل مرجعي مفصل.
- يدعم المسح الضوئي.
- عند أكبر من ملقم الورق.
- يدعم امتداد الملفات المتنوعة.
- الدخول المتعدد لأكثر من مستخدم في وقت متزامن.

❖ أهداف الأرشيف الإلكتروني:

تهدف التكنولوجيا الرقمية إلى تحقيق قدرة أكبر للمؤسسات للسيطرة على إدارة المعرفة بها بما يحقق كفاءة أكبر في عملية اتخاذ القرار وتفاذي المخاطرة واقتناص الفرص وينكر المختصون أن الهدف الأساسي للأرشيف الرقمي تحقيق الاسترجاع الموضوعي للوثائق بأحسن دقة ممكنة وأفضل شمول ممكن ويعتبره هدف كاف بل عظيم يبرر التوجه نحو رقمته الأرشيف.

ومن أبرز الأهداف التي تحققها الأرشيف الإلكترونية:

1. يعد أهم هدف للأرشيف الإلكتروني هو الوصول إلى مستوى لا يحتاج فيه المراجعون والمستخدمون لمراجعة الأرشيف إلا في حالة قليلة حيث بإمكانهم إرسال معاملاتهم عن طريق الوسائل الإلكترونية الحديثة ومتابعة ما يتم عبر شاشات الحاسوب.
2. رفع كفاءة العمل والأداء المهني في مراكز المعلومات والوثائقية باستخدام تقنية الاتصالات والمعلومات.
3. توفير المعلومات الدقيقة والحديثة في أقل وقت ممكن لدعم اتخاذ القرار.
4. تقديم خدمات أرشيفية متميزة للمستخدمين ومؤسسات قطاع الأعمال في زمن قياسي.
5. تقليص الإنفاق في الإدارات والمؤسسات.

وهناك أهداف أخرى تشكلها الأرشيف الرقمية ومنها:

1. تتيح للمستخدم أنواعا متعددة من خيارات البحث
2. تمكين الحاسب العميل بشكل تلقائي من استكشاف عدد أساليب البحث المتاحة
3. اختيار الأسلوب الأكثر فائدة في الوقت المناسب أي إتاحة الحرية للمستخدم لتحديد أداة البحث التي يريد
4. إتاحة كمية كبيرة من المعلومات للمستخدم بشكل يساعده على التعرف على هوية الكائن الرقمي.

❖ وظائف الأرشيف الإلكتروني:

إن التطورات التي شهنتها الوثائق ونظم الأرشيف بسبب التكنولوجيا الرقمية أدت إلى حدوث زلزال في العمل الوثائقي التقليدي مما أدى إلى ممارسة أدوار إيجابية لتقديم الخدمات المتوقعة.

ومن الوظائف التي أدخلتها التكنولوجيا للأرشيف:

1. الانتقال من الحفظ الورقي إلى الحفظ الرقمي وهي نقلة في مستوى الخدمة
2. الانتقال من المجال المحلي إلى المجال العالمي من خلال الانفتاح على شبكة الإنترنت العالمي.

ثم إن الوظيفة الأساسية لأرشفات الطباعة الإلكترونية هي عرض نتائج البحوث العلمية وهي نظم إناحة أو وصول مفتوحة open access system.

وتحقيقا للاستفادة على مستوى العالم قامت مؤسسات دولية لوضع أنماط لتصميم وصياغة بيان الوصف وهي نظام مجلس الأرشيف العالمي ونظام مبادرة دبلن.

ولقد ساهمت نظم الأرشيف الإلكتروني في وضع أسس وظيفة لتلك النظم:

1. المعالجة الموضوعية الأكية للوثائق ومحتوياتها.
2. الضبط المصطلحي للنظم الرقمية.
3. تصميم بيانات الوصف أو بيانات الفهرسة.

وتقوم برامج الأرشفة بعدة وظائف منها:

- تصنيف الوثائق.
- البحث.
- التقارير للوثائق المؤقتة.
- التطبيقات.
- البريد.
- الأدوات.
- أمن النظام.

❖ بعض نظم الأرشيف الإلكترونية العربية والمعربة

• نظام eDoX

وأهم سمات وميزات هذا النظام:

- يعتبر نظام إيدوكس نظام كامل لإدارة الوثائق وحفظها وأرشفتها.
- صمم هذا النظام للمنظمات الصغيرة والمتوسطة.
- يستخدم نظام إيدوكس واجهة تعامل سهلة.
- يظهر المعلومات في شكل شجرة بحيث يسهل قراءتها للمستخدم.
- يعتبر هذا النظام قليل التكلفة ويحتاج المستخدم لتدريب بسيط لإستخدام النظام.
- يستطيع المستخدم تحميل وتنصيب البرنامج بكل سهولة ومن ثم إدارته.
- يستطيع النظام التعامل مع المستندات باللغتين الإنجليزية والعربية.

• برنامج DocuWare :

يصدر هذا البرنامج عن شركة DocuWare، تأسست الشركة الألمانية عام 1988 وهي رائدة في مجال الحلول الإلكترونية، واليوم أصبحت الشركة لتصدير قائمة شركات المتخصصة بالبرمجيات تطبقها نظام الأرشيف الإلكتروني في أكثر من 5,500 منشأة لأكثر من مائة ألف مستخدم على مستوى 50 بلداً، يعتبر المنتج أحد الحلول في حفظ وأرشيف الوثائق الكترونياً والرجوع إليها في أي وقت وزمان، وأيضا النظام متوافق مع جميع أنظمة التشغيل المستعملة:

بعض أهم برامج الأرشيف الإلكترونية العربية والمعربة:

- الكمي ALCHEME.
- ايميج لنكس IMAGE LINKS.
- دوك وير DOC WEAR.

- نوتس نوتس LOTUS NOTES.
- بايت سكويست BYT QUSTS.
- ووتر مارك WATAR MARC.
- سايريون SAPERION.
- ليزر فيش LASER FICHE.
- زاي ايمج ZY IMAGE.
- رد دوت REDDOT .
- إيفر سويت EVERSUITE.
- أرب دوكس ARAB DOCS.
- بروجيكت وايز PROJECT WISE.
- هاييل نت.

❖ أرشيف الانترنت:

تتجه كثير من المؤسسات في مصرنا إلى التوسع في استخدام الانترنت ونشر معلوماتها الأساسية عليها غير أن بعض المؤسسات بدأت أيضا باستخدام الانترنت كوسيلة للتخاطب مع الموظفين، ومع فروع المؤسسة، ومع الزبائن، والمصارف، والشركاء، والموزعين والمزودين، مما يجعل معظم نشاط المؤسسة الفعلي موجود بالفعل على الانترنت.

وقد ساعدت البرمجيات المكتبية الحديثة على تحويل عمل الموظف في المكتسبات إلى جزء من مخزون الانترنت ولا يقتصر ذلك على الشركات الخاصة، فطريقة العمل هذه بدأت تدخل المؤسسات الرسمية من أوسع الأبواب ولا يستثنى من ذلك بعض أهم الوزارات وأكثرها خوفا على أسرارها مثل وزارة الدفاع الأمريكية.

يشهد استخدام الانترنت في البلدان العربية تطورات كبيرة وعلى المؤسسات في الوطن العربي أن تحضر من الآن فصاعدا لمواجهة احتمالات المستقبل، وعليها أن

تبني أبحاثاً جديدة تحدد فيها معايير الأرشيف في الألفية الثالثة ومعايير السرية وطرق إتاحة الوثيقة وسهولة استرجاعها.

وكأي عمل بشري فإن استخدام التقنيات الحديثة في مجال الأرشيف تواجه بعض المخاوف. معظمها تتعلق بأمن الوثيقة الإلكترونية، فمن المعروف أن صورة الوثيقة الورقية المحفوظة إلكترونياً يمكن أن تتعرض للتخريب، أو التزوير المتعمد، كما يمكن أن تتعرض للتدمير غير المتعمد عندما تتقادم النظم والأجهزة ويضطر الفنيون إلى نقلها إلى نظم جديدة أو عند حدوث أخطاء في النظام، تستدعي إعادة تحميله، أو عندما يتعرض النظام الحاسوبي للفيروسات المدمرة الغير معروفة.

ولكن تراجعت الخبرات وتقدم وسائل الحماية التكنولوجية، سمحت بتخفيض مستوى المخاطر الناتجة من استخدام النظم الحاسوبية. لا تهدم على مستوى المخاطر التي تتعرض لها الوثائق الورقية ونوجز ما يلي أهم التحفظات التي أبداه الموثقون تجاه النظم الإلكترونية وطرق الحماية الملائمة التي ساهمت في تقليل قيمة هذه التحفظات وفي بعض الأحيان إلزائها وإهمالها وتتيح التقنيات الحديثة الزيادة في عصر الوثائق الافتراضي.

❖ دور الأرشيف الإلكتروني في خدمة الإعلام؛

لقد استفاد الإعلاميون والهواة بشكل كبير من نظم الأرشيف الإلكترونية ومن أهم فوائد الأرشيف الإلكترونية على الإعلاميين والهواة:

- سهولة وصول الإعلامي إلى الوثائق وبالتالي سرعة في إنجاز عمله ومصداقية الخبر.
- إمكانية إرفاق الوثائق بالخبر عن طريق الروابط وبالتالي تمكين القارئ من الاطلاع على الوثائق وهو يمثل نوع من المصداقية على الخبر.

« الوحدة الثالثة عشر »



الإعلان الإلكتروني

الوحدة الثالثة عشر

الإعلان الإلكتروني

❖ تعريف الإعلان الإلكتروني:

الإعلان الإلكتروني هو الإعلان الذي يتم بالوسائل الإلكترونية وأشهرها الذي ينشر عبر الشبكة العنكبوتية (الإنترنت) ويهدف إلى الترويج لبضاعة أو تسويق خدمة أو دعاية لموقع إلكتروني أو غيره.

❖ أشكال الإعلان الإلكتروني:

تعتبر شبكة الإنترنت الوسط الأكبر الذي يحتضن الإعلان الإلكتروني، حيث يرتبط مصطلح الإعلان الإلكتروني بشبكة الإنترنت، لما تتميز به هذه الشبكة من نمو وتطور مستمر سواء من حيث الانتشار أو من حيث ظهور تقنيات جديدة والازدياد الملمد في عدد المواقع الإلكترونية على الشبكة.

• الأشكال الرئيسة التي تندرج تحت بند الإعلان الإلكتروني:

(1) اللافتة الإعلانية (Banner):

وهي ما يكون على صفحات الإنترنت من اعلانات وهناك العديد من أشكال الإعلانات الإلكترونية عبر الإنترنت والتي توجد على صفحات الويب لأغراض مختلفة ولكل نوع هدف معين.

- الإعلان الأفقي:

وهذا الإعلان من أكثر الإعلانات المتواجدة في المواقع الإلكترونية. ويعد أول الإعلانات ظهوراً. والهدف منه عند النقر عليه يفتح الموقع المعلن عنه.

- الإعلان الجانبي:

ويسمى بإعلان قاطحة السحاب، وهو عمودي فيكون له تأثير قوي على المتصفح، فتزيد فرص النقر عليه.

- الإعلان القافز والمتسلل:

وهذا الإعلان يتميز بالدخول إلى الموقع ويتحرك داخل الصفحة مما يتطلب النقر عليه لحذفه أو الانتقال للصفحة المعلن عنها.

- الإعلان الطائر:

وهذا الإعلان وكأنه يطير عبر صفحة الويب، مما يعيق المتصفح عن العمل حتى ينقر عليه للحذف أو للانتقال إلى صفحة المعلن عنه.

- الإعلان النصي:

وتظهر هذه الإعلانات في صفحة النتائج لمحركات البحث.

(ب) البريد الإلكتروني الإعلاني:

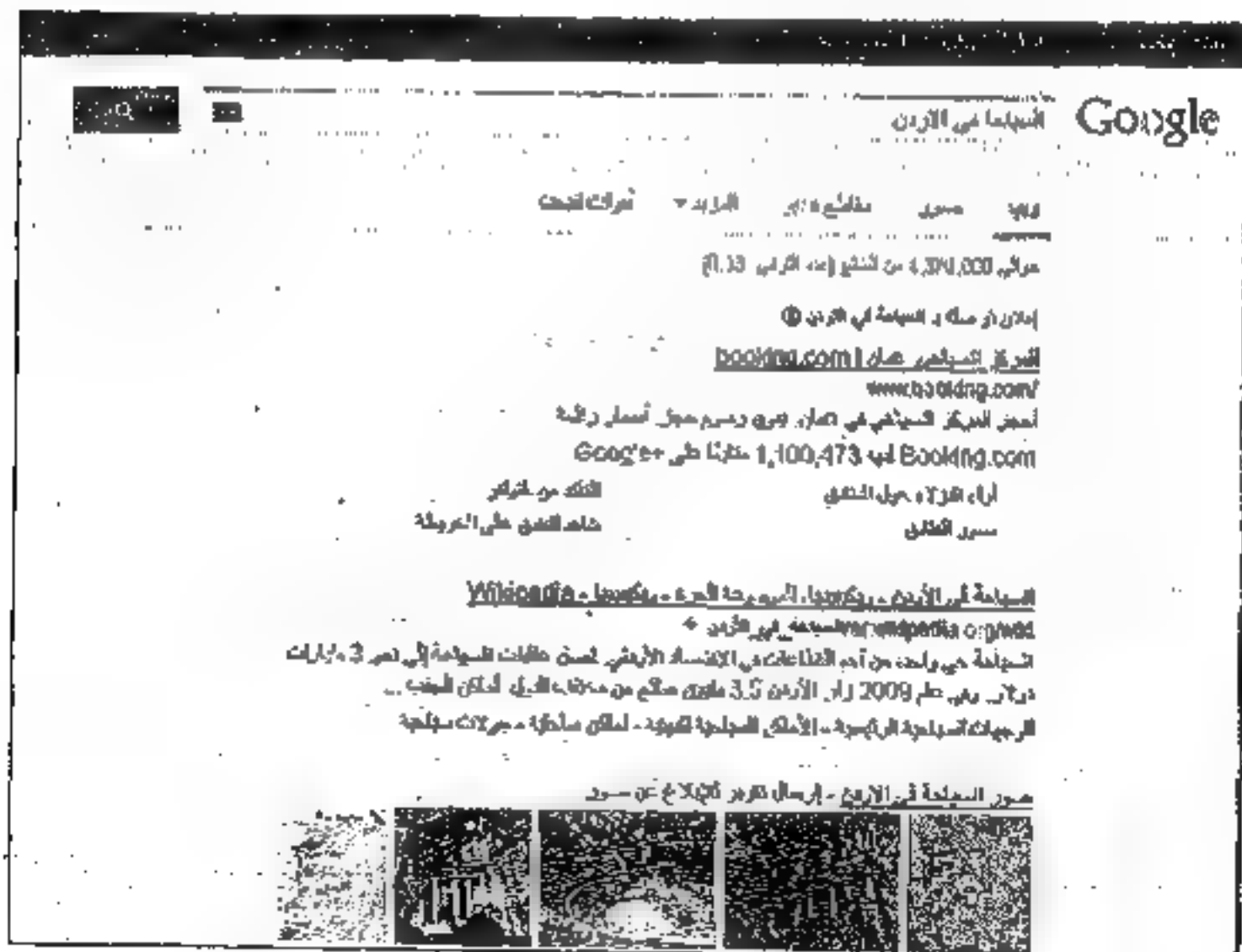
هو أحد أنواع الإعلان الإلكتروني والذي يتم فيه استخدام البريد الإلكتروني كوسيلة للإعلان. بشكل عام، إن أي بريد إلكتروني يحتوي على إعلان يتم إرساله إلى فئة مستهدفة يعتبر إعلان بريد إلكتروني، سواء كان ذلك البريد بفرض الترويج لمنتج أو بفرض الترويج إلى فكرة أو غيرها.

(ج) الإعلان عبر محركات البحث

وتتم هذه الطريقة باستهداف فئة معينة يستهدفها المعلن.

مثلاً لنفترض أن المعلن هو وكيل سياحي ويريد استهداف السياح القادمين إلى دولته، إن أو ما يقوم به السائح هو جميع معلومات عن ذلك البلد بالدخول إلى محرك بحث مثل Google واختيار بعض الكلمات ليحصل على معلومات حول سفره مثل: السياحة في الأردن. عندها ستظهر له مجموعة من النتائج قد تفوق المليون نتيجة، وسيكون الحظ الأوفر هنا للمواقع التي ظهرت في الصفحة الأولى.

في هذه الحالة تقوم الشركات المختصة بالإعلان عن محركات البحث هو إظهار إعلان الوكيل السياحي في أول صفحة على هيئة إعلان مرتبط مع محرك البحث لتكون فرصته أوفر في دخول الزبون المستهدف إلى موقعه مباشرة والإطلاع على خدماته، ويكون عندها قد تخطى ملايين المواقع التي لم تظهر لهذا المسافر في الصفحة الأولى من نتائج البحث.



في الشكل أعلاه على سبيل المثال وعند كتابة السياحة في الأردن فإنه ظهر لنا إعلان توصية بواسطة محرك البحث.

المهم في هذه الوسيلة أن الشركة المعلنة لا تقوم بتقاضي أي مبلغ مادي من إلا في حال قام الزائر بالضغط على الإعلان والدخول إلى الرابط.

د) الإعلان عبر الرسائل القصيرة (SMS)

لقد أصبحت رسائل الجوال الإعلانية من أهم وسائل التسويق في العالم، بحيث يمكنها أن تصلك بأعداد كبيرة بطريقة مباشرة، سهلة، سريعة وقليلة التكلفة، وقد أظهرت الأبحاث أن الرسائل القصيرة لديها القدرة على الوصول على الفوري إلى عدد كبير من مستخدمي الهواتف النقالة.

ومن أهم ميزات التسويق عبر الرسائل القصيرة:

- إمكانية إرسال وقراءة الرسائل في أي وقت.
- جميع الهواتف المحمولة وشبكات الاتصال تدعم الرسائل القصيرة.
- قليلة التكلفة.
- الوصول لمجموعة كبيرة من الناس مهما كان العدد أينما كانوا.

❖ المشتركين في مساحة الإعلان:

هناك العديد من اللاعبين في مساحة الإعلان وهذه أهمها:

- المعلن:

المعلن هو أي جهة تريد الترويج لسلعة أو خدمة.

- الناشر:

الناشر هو مالك الموقع الإلكتروني الذي يحتوي على مساحة للإعلان.

• شركة الإعلانات:

شركة الإعلانات هي التي تتواصل مع المعلن، وتوظف الميزانية الموضوعة للإعلان بأفضل شكل.

• الوسيط الإعلان:

الوسيط الإعلان هو جهة مسؤولة عن شراء مصاحات الإعلانات من الناشر بأسعار رخيصة، ثم بيعها على شركة الإعلانات أو المعلن بسعر أعلى.

• شبكة الوساطة:

شبكة الوساطة هي جهة تربط الوسطاء الإعلانيين مع بعضهم البعض.

ونستطيع ان نقول ان المعلن يخلق العرض والناشر يخلق الطلب، فيما شركة الإعلانات والوسيط الإعلان وشبكة الوساطة هم وسطاء بشكل أو آخر.

❖ التحديات للإعلانات في المستقبل:

هو جمع المعلومات من المتصفح لمعرفة الأمور التي تجذبهم فتكون فرصة الجذب والشراء أكبر ما يمكن. بمعنى الإعلان المناسب للشخص المناسب.

❖ ميزات الإعلان الإلكتروني:

يعتبر الإعلان الإلكتروني إعلان العصر، حيث يتميز بعدة مزايا أهمها:

- المرونة.
- قلة التكاليف هيأاً إلى الطرق التقليدية.

إن تكلفة أكبر حملة ترويجية على الإنترنت تقل من 40% إلى 20% عن تكاليف الحملة الاعلانية بالطرق التقليدية.

• سرعة الانتشار.

الوصول لأعداد كبيرة تصل إلى الملايين وبأوقات قصيرة مقارنة بغيرها من الطرق الدعائية.

• اتساع الرقعة الجغرافية للإعلان.

• إمكانية التوجيه الدقيق للشرائح المستهدفة.

• استخدام الوسائل المتعددة مثل الأصوات والصور المتحركة ومقاطع الفيديو، مما يجعل الإعلان أكثر جاذبية وتأثيراً من الطرق التقليدية وخاصة المطبوعة منها.

• التفاعل الفوري مع الاعلان.

حيث يمكن للمشاهد أن يشاهد معلومات أكثر عن المنتج (الموضوع)، يرسل معلوماته ليتم الاتصال به، أو حتى إمكانية أن يشتري السلعة فوراً.

• المرونة في سحب أو تغيير الإعلان بسهولة حتى بعد البدء بالحملة الدعائية.

• التحكم بالبرنامج الزمني للحملة الدعائية من حيث ظهوره في وقت معين من اليوم أو أيام محدد من الأسبوع.

❖ مشاكل الإعلان الإلكتروني:

عند المقارنة بين وسائل الإعلان التقليدية (الإذاعة والتلفزيون والمطبوعات) وبين الإعلان الإلكتروني نجد أن من أهم المشاكل التي يعانيها الإعلان الإلكتروني مقارنة بسواه هي:

- ضعف البنية التحتية لشبكة الإنترنت.

- ضعف الاتصال.
- قلة مستخدمي الحزمة العريضة لشبكة الانترنت (تفاوتها من دولة لأخرى).
- كثرة الإعلانات في بعض المواقع الإلكترونية قد تؤدي إلى تشتيت انتباه الزائر وعدم اهتمامه بالإعلان.
- الطرق غير الاحترافية التي يقوم بها بعض أصحاب المواقع كالتوافد المنهكة التلقائية أو الانتقال التلقائي إلى مواقع أخرى قد لا يرغب الزائر بدخولها.

❖ التخطيط للإعلان الإلكتروني:

كما هو الحال في الاعلان التقليدي فان التخطيط السليم والدراسة الوافية من أهم أسباب نجاح الاعلان ومن أهم أسباب نجاح الإعلان ما يلي:

- تحديد أهداف لحملة الدعاية.
- تحديد رسالة الحملة.
- تحديد طرق الإعلان الإلكتروني على سبيل المثال بنرات أو حملة بريدية.
- اختيار أماكن الإعلان.
- تحديد متطلبات هذه الحملة من تصميم بنرات أو تصميم صفحة تشرح معلومات عن المنتج مثلاً.
- تحديد التكلفة.
- تحديد الخطة الزمنية للحملة.
- وضع الخطة النهائية للحملة منقحة بعد دراسة التكاليف.
- تنفيذ الحملة.
- دراسة النتائج والمعطيات تزامناً مع تنفيذ الحملة.
- التعديل في الحملة ما أمكن في حالة الإخفاق في الوصول إلى معظم النتائج المتوقعة أو المهمة.

« الوحدة الرابعة عشر »

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الإعلامي

الوحدة الرابعة عشر

شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الإعلامي

وتشمل هذه الوحدة:

- الفصل الأول: مواقع التواصل الاجتماعي
- الفصل الثاني: المدونات
- الفصل الثالث: الويكي
- الفصل الرابع: مواقع التواصل الاجتماعي والاعلام

الفصل الأول

مواقع التواصل الاجتماعي

إن ظهور مواقع التواصل الاجتماعي نقل الإعلام إلى أفق غير مسبوق وأعطى مستخدميه فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. وبرز حراك الشباب العربي الذي تمثل بالثورات التي شهدتها بعض الدول العربية قدرة هذا النوع من الإعلام على التأثير في تغيير ملامح المجتمعات، وإعطاء قيمة مضافة في الحياة السياسية، واندثار المنافسة الإعلام التقليدي.

استخدم الشباب في بداية الأمر مواقع التواصل الاجتماعي للدردشة ولتفريغ الشحن العاطفية، ولكن يبدو أن موجة من النضج سرت، وأصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر، من أجل المطالبة بتحسين إيقاع الحياة السياسية والاجتماعية والاقتصادية ومن هنا تشكلت حركات الرفض الشبابية التي انتظمت في تونس مروراً بمصر واليمن وليبيا والبحرين والأردن، وتخطت تلك الأفكار الرافضة للسياسات بسهولة عبر شبكات التواصل الاجتماعي الوطن العربي.

واستخدم كبار الشخصيات هذه الوسائل الجديدة واقتطعوا وقتاً معيناً من الأنشطة الأخرى لصالحها، لإيمانهم بأنها البوابة الحقيقية والجادة للتواصل وسماع الناس والمواطنين، وبهذا سيتغير المشهد الإعلامي قريباً بشكل واضح للعيان في عالمنا العربي.

ولهذا تشير علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالإعلام إشكاليات عدة، لا يمكن اختزالها في الأبعاد التقنية المستحصنة في مجال البث والتلقي، إذ تجعلها عاملاً محدداً للتحويلات الثقافية وتستبعد أنماط التواصل الجديدة.

❖ تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع إلكترونية على الشبكة العنكبوتية تؤسسها وتبرمجها شركات كبرى لجمع المستخدمين والأصدقاء والمشاركة الأنشطة والاهتمامات، والبحث عن تكوين صداقات والبحث عن اهتمامات وأنشطة لدى أشخاص آخرين.

معظم الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً هي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعة من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات.

بات من الواضح أن تلك الشبكات الاجتماعية قد أحدثت تغيير كبير في كيفية الاتصال والمشاركة بين الأشخاص والمجتمعات وتبادل المعلومات.

وتلك الشبكات الاجتماعية تجمع الملايين من المستخدمين في الوقت الحالي وتنقسم تلك الشبكات الاجتماعية حسب الأغراض فهناك شبكات تجمع أصدقاء الدراسة وأخرى تجمع أصدقاء العمل بالإضافة لشبكات التدوينات المصغرة، ومن أشهر الشبكات الاجتماعية الموجودة حالياً facebook و MySpace و twitter ولايف بوون وهاي فايف وأوريكت و google+.

❖ نشأة الشبكات الاجتماعية:

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام 1997 ومركز تلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص.

وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات

مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدرربحاً لما كبتها وتم إغلاقها.

بعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات الاجتماعية التي لم تستطع أن تحقق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001.

مع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من google وهو موقع MySpace الأميركي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلى زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير.

تلك الشبكات الاجتماعية أصبحت محل الدراسة للكثير من الدارسين في مجال المجتمعات والباحثين في عدد من المواضيع مثل الخصوصية والهوية ورأس مال المجتمعات واستخدامات المراقبين.

❖ أنواع الشبكات الاجتماعية:

(1) نوع أساسي:

وهذا النوع يتكون من ملفات شخصية للمستخدمين وخدمات عامة مثل المراسلات الشخصية ومشاركة الصور والملفات الصوتية والمرئية والروابط والنصوص والمعلومات بناءً على تصنيفات محددة مرتبطة بالدراسة أو العمل أو النطاق الجغرافي مثل مواقع فيس بوك وماي سبيس.

(ب) مرتبط بالعمل:

وهو من أنواع الشبكات الاجتماعية الأكثر أهمية وهي تربط أصدقاء العمل بشكل احترافي وأصحاب الأعمال والشركات وتتضمن ملفات شخصية للمستخدمين تتضمن سيرتهم الذاتية وما قاموا به في سنوات دراستهم وعملهم ومن قاموا بالعمل معهم.

هناك بعض الشبكات الاجتماعية توفر مميزات أخرى مثل التدوين المصغر Micro Blogging مثل موقع تويتر وبلارك والشبكات الجغرافية مثل موقع برايت سكايت.

❖ أنواع الشبكات الاجتماعية حسب طبيعتها وتشمل:

1. مواقع التواصل الاجتماعي المتعارف عليها.
2. المدونات، (صفحة ويب على الأنترنت تهر عليها التدوينات - مدخلات - مؤرخه ومرتبّه ترتيباً زمنياً تصاعدياً) تستخدم لنشر وتلقي الأخبار والتفاصيل معها سواء كانت أخبار شخصية أو عامة.
3. الويكي.

❖ الشبكات الاجتماعية عربياً:

هناك بعض الشبكات الاجتماعية العربية التي ظهرت مؤخراً ولكنها لا ترقى لمنافسة الخدمات التي تقدمها الشبكات الاجتماعية الكبرى ومن أمثلة تلك الشبكات الاجتماعية العربية مكتوب وهو من أكبر وأشهر المواقع والتي طورت في نظامها شبكة اجتماعية تجمع مستخدمي الموقع وتقدم لهم العديد من الخدمات، ومن الشبكات العربية الأخرى اخوان بوك وشبكة مدينة وفاب وإكس و SerirZ وتلم لحفظ الروابط المفضلة.

❖ **الشبكات الاجتماعية والأعمال:**

لا تتوقف الشبكات الاجتماعية فقط عند الربط بين الأصدقاء والأشخاص بل هناك شبكات تجمع صناع الأعمال وأصحاب الشركات والعاملين بها والمثال الأشهر على ذلك موقع لينكد إن والذي جمع أكثر من 20 مليون مستخدم وأكثر من 150 حرفة مختلفة.

ومن خلال تلك الشبكات يمكن للمستخدم كتابة سيرته الذاتية في مجال تعليمه واصله ويمكن أن يدعو أصدقاءه لتزكيته لأشخاص آخرين لبدء مجالات عمل جديدة فيما بينهم، لذلك فتلك الشبكات تعتبر من المجالات التي تنقسم بمستقبل كبير بعيداً عن صراع الشبكات.

❖ **أشهر شبكات التواصل العالمية:**

- فيس بوك.
- ماي سبيس.
- هاي فايف.
- لينكد إن.
- تويتر.
- برايت كاي.
- هانول.
- اكس بوكس.
- ديليشيوس.
- فريندستر.
- كاوتش سيرفينج.

❖ نظرة على الفيس بوك:

يعتبر الفيس بوك نقلة نوعية في مفهوم مواقع التواصل حيث تطور كثيراً وازدادت شعبيته ليصبح الموقع الاجتماعي رقم واحد ولتخطى عدد مشتركه المليار.

❖ ما هو الفيس بوك

فيس بوك (Facebook) عبارة عن شبكة اجتماعية يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة "فيس بوك" محدودة المسؤولية مملوكة خاصة لها.

فالمستخدمون بإمكانهم الانضمام إلى الشبكات التي تنظمها المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم، وذلك من أجل الاتصال بالآخرين والتفاعل معهم، كذلك، يمكن للمستخدمين إضافة أصدقاء إلى قائمة أصدقائهم وإرسال الرسائل إليهم، وأيضاً تحديث ملفاتهم الشخصية وتعريف الأصدقاء بأنفسهم.

ويشير اسم الموقع إلى دليل الصور الذي تقدمه الكليات والمدارس التمهيدية في الولايات المتحدة الأمريكية إلى أعضاء هيئة التدريس والطلبة الجدد، والذي يتضمن وصفاً لأعضاء الحرم الجامعي كوسيلة للتعرف إليهم.

وقد قام مارك زوكربيرج بتأسيس الفيس بوك بالاشتراك مع كل من داستين موسكوفيتز وكريس هيوز الذين تخصصوا في دراسة علوم الحاسوب وكانا رفيقي زوكربيرج في سكن الجامعة عندما كان طالباً في جامعة هارفارد.

كانت عضوية الموقع مقتصرة في بداية الأمر على طلبة جامعة هارفارد، ولكنها امتدت بعد ذلك لتشمل الكليات الأخرى في مدينة بوسطن وجامعة أيفي ليج وجامعة ستانفورد، ثم اتسعت دائرة الموقع لتشمل أي طالب جامعي، ثم طلبة المدارس الثانوية، وأخيراً أي شخص يبلغ من العمر 13 عاماً فأكثر حتى بات الموقع يضم حالياً أكثر من مليار مستخدم على مستوى العالم.

لقد أثير الكثير من الجدل حول موقع الفيس بوك على مدار الأعوام القليلة الماضية. فقد تم حظر استخدام الموقع في العديد من الدول خلال فترات متفاوتة، كما حدث في سوريا وإيران كما تم حظر استخدام الموقع في العديد من جهات العمل لإثناء الموظفين عن إهدار أوقاتهم في استخدام تلك الخدمة كذلك، مثلت انتقادات موجهة إلى الفيس بوك مخاوف بشأن الحفاظ على الخصوصية واحدة من المشكلات التي يواجهها رواد الموقع، وكثيراً ما تمت تسوية هذا الأمر بين طرفي النزاع.

كما يواجه موقع الفيس بوك العديد من الدعاوى القضائية من عدد من رفاق زوكربيرج السابقين الذين يزعمون أن الفيس بوك اعتمد على سرقة الكود الرئيسي الخاص بهم وبعض الملكيات الفكرية الأخرى.

❖ نظرة تاريخية

انطلق موقع الفيس بوك كنتاج غير متوقع من موقع "فيس ماش" (Face Match) التابع لجامعة هارفارد، وهو موقع من نوع Hot or Not يعتمد على نشر صور لمجموعة من الأشخاص ثم اختيار رواد الموقع للشخص الأكثر جاذبية. وقد قام مارك زوكربيرج بابتكار الفيس ماش في 28 أكتوبر من عام 2003، عندما كان يرقاد جامعة هارفارد كمطالب في السنة الثانية. في هذه الأثناء.

ووفقاً لما نشرته جريدة هارفارد كريمسون، فإن موقع "فيس ماش" استخدم صوراً مجمعة من دليل الصور المتاح على الإنترنت والخاص بتسعة من طلبة المدينة الجامعية مع وضع صورتين بجانب بعضهما البعض ودعوة المستخدمين إلى اختيار الشخص "الأكثر جاذبية". ولكي يتمكن زوكربيرج من تأسيس الموقع، فإنه لجأ إلى اختراق مناطق محمية في شبكة الحاسوب الخاصة بجامعة هارفارد، وقام بنسخ صور خاصة بالطلبة في السكن الجامعي. "إن مبادرة جامعة هارفارد باتخاذ إجراء مضاد لذلك الفعل ربما يرجع لأسباب قانونية دون إدراك القيمة الحقيقية لذلك الانتهاك الذي ربما يحدث للعديد من الكليات الأخرى"، ورد ذلك على لسان

زوكريبرج في مئوته الشخصية، يستطرد زوكريبرج قائلاً: "ولكن هناك أمر واحد مؤكد، وهو أنني ارتكبت حماقة عندما أقدمت على إنشاء ذلك الموقع، على كل حال إن أي شخص آخر كان سيقوم بذلك في نهاية الأمر.." وسرعان ما تم توجيه الموقع إلى العديد من وحدات الخدمة الخاصة بالحرم الجامعي، ولكن تم إغلاقه بعد بضعة أيام من قبل إدارة جامعة هارفارد. وقد قامت إدارة الجامعة بالتهام زوكريبرج بخرق قانون الحماية وانتهاك حقوق التأليف والنشر وكذلك انتهاك خصوصية الأفراد، مما يعرضه للطرد من الجامعة، ولكن تم إسقاط جميع التهم الموجهة إليه في نهاية الأمر.

في النصف الثاني من العام الدراسي نفسه، قام زوكريبرج بتأسيس موقع "فيس بوك" على النطاق thefacebook.com وتحديداً في 4 نوفمبر من عام 2003 قد أدلى زوكريبرج بتصريح لجريدة هارفارد كريمسون قائلاً، "لقد كان الجميع يتحدثون عن دليل الصور العالمي المأخوذة في جامعة هارفارد". "أعتقد أنه من السخف أن تستغرق الجامعة عامين للقيام بمثل هذا العمل، يمكنني أن أقوم بالأمر على نحو أفضل منهم بكثير وفي غضون أسبوع واحد فقط"

كانت عضوية الموقع قاصرة في بداية الأمر على طلبة هارفارد كولييدج أقدم كليات جامعة هارفارد، وخلال الشهر الأول من إتاحة الموقع للاستخدام، قام أكثر من نصف الطلبة الذين لم يتخرجوا بعد من الجامعة بالتسجيل في هذه الخدمة

بعد فترة وجيزة، انضم كل من إدواردو سافرين (المدير التنفيذي للشركة) وداستين موسكوفيتز (مبرمج) وأنسرو ماسكولام (رسام جرافيك) وكريس فيوز إلى زوكريبرج لمساعدته في تطوير الموقع.

في شهر مارس من عام 2004، فتح الفيس بوك أبوابه أمام جامعات ستانفورد وكولومبيا وبيبل

بعد ذلك، اتسع الموقع أكثر وفتح أبوابه أمام جميع كليات مدينة بوسطن
وجامعة آيفي ليغ

وشيئاً فشيئاً أصبح متاحاً للعديد من الجامعات في كندا والولايات المتحدة
الأمريكية.

في شهر يونيو من عام 2004، تم نقل مقر الفيس بوك إلى مدينة بالو ألتو
في ولاية كاليفورنيا

قد قامت الشركة بإسقاط كلمة the من اسمها بعد شراء اسم النطاق
facebook.com عام 2005 نظير مبلغ 200000 دولار أمريكي.

قام الفيس بوك بإصدار نسخة للمدارس الثانوية في سبتمبر من عام
2005، وهو ما أشار إليه زوكربيرج بالخطوة المنطقية التالية. فخلال هذه الفترة،
كانت شبكات المدارس الثانوية بحاجة إلى دعوة للانضمام إلى الموقع.

بعد ذلك، أتاح الموقع اشتراك الموظفين من العديد من الشركات، ومن
بينها شركة أبل المندمجة وشركة مايكروسوفت.

وفي 26 سبتمبر من عام 2006، فتح الموقع أبوابه أمام جميع الأفراد
البالغين من العمر ثلاثة عشر عاماً فأكثر، والذين ليسهم عنوان بريد إلكتروني
صحيح.

في أكتوبر من عام 2008، أعلن القائمون على إدارة الفيس بوك أن اتخاذ
مدينة دبلن عاصمة أيرلندا مقراً دولياً له.

❖ التواحي المالية:

كما ذكرنا سابقاً بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل Classmates.com عام 1995 لتربط بين زملاء الدراسة وموقع SixDegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص.

وظهرت في تلك المواقع الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء. وبالرغم من توفير تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً مالياً وتم إغلاقها.

ما ميز مواقع التواصل الجديدة وعلى رأسها الفيس بوك هو إدراة تلاميذ لأصحاب هذه الشبكات حيث تقدم هذه الشبكات خدماتها للمستخدمين مجاناً، لكنها تجني أرباحها من الإعلانات وفي ما يلي بعض من الأحداث المالية في تاريخ الفيس بوك:

- تلقى موقع فيس بوك أول عرض استثماري بمبلغ 500000 دولار أمريكي في يونيو من عام 2004 من بيتر ثيل أحد مؤسسي شركة "باي بال".
- عقب ذلك الأمر استثماراً آخر بعد عام واحد بلغ 12.7 مليون دولار من رأس مال مخاطر من شركة "أكسيل بارتنرز".
- ثم 27.5 مليون دولار أخرى من شركة "جرايلوك بارتنرز".
- وفي أحد بيانات التدفق النقدي التي تم قسريتها، وجد أنه خلال السنة المالية 2005، تكبد موقع الفيس بوك خسارة صافية تقدر بنحو 3.63 مليون دولار.
- مع بيع موقع التواصل الاجتماعي الشهير "ماي سبيس" إلى شركة "نيوزكوريا" في 19 يوليو لعام 2005، انتشرت بعض الشائعات التي تروج لاحتمالية بيع موقع الفيس بوك لإحدى شركات الإعلام الكبرى. وقد صرح زوكربيرج بأنه لا يعتزم ذلك، ونفى صحة تلك الشائعات.

- في 28 مارس من عام 2006، نشرت مجلة "بيزنس ويك" أن المفاوضات جارية بشأن شراء موقع الفيس بوك. ورداً على ذلك، رفض الفيس بوك عرضاً بالبيع يقدر بنحو 750 مليون دولار من مزاييد لم يتم الإفصاح عن اسمه، وانتشرت شائعات أخرى بزيادة سعر العرض حتى بلغ 2 مليار دولار.
- في شهر سبتمبر، 2006، تم عقد مباحثات جادة بين القائمين على إدارة شركة "فيس بوك" و"ياهو" بشأن شراء الفيس بوك مقابل مليار دولار. وقد صرح ثييل، الذي كان أحد أعضاء مجلس إدارة الفيس بوك آنذاك، بأن التقييم الداخلي للموقع قد بلغ حوالي 8 مليار دولار بناءً على الإيرادات المتوقعة حتى عام 2015 بمعدل 1 مليار دولار سنوياً، مقارنةً بشراء شركة "فياكوم" لشبكة إم تي في، وهي شركة تخاطب فئة مستهدفة من الجمهور وفقاً لخصائصه السكانية.
- في شهر يوليو، 2007، صرح زوكربيرج بأن مسألة بيع الفيس بوك غير واردة على الإطلاق لأنه يود الحفاظ على استقلالية الشركة، حيث أشار قائلاً: "إننا لا نسعى إلى بيع الشركة... كما أننا لا نفكر في طرح الأولي للاكتتاب العام في أي وقت قريب. فذلك الأمر لا يمثل هابتنا الرئيسية في الوقت الراهن.
- في شهر سبتمبر، 2007، قدمت شركة "مايكروسوفت" عرضاً إلى الفيس بوك بشراء نحو 5% من أسهم الشركة بقيمة تتراوح ما بين 300 إلى 500 مليون دولار. وفي الشهر نفسه، أبدت العديد من الشركات، ومن بينها شركة "جوجل"، اهتماماً بشراء حصة في الفيس بوك.
- في 24 أكتوبر، 2007، أعلنت شركة "مايكروسوفت" أنها قامت بشراء حصة في فيس بوك بلغت 1.6% بقيمة 240 مليون دولار، حيث قُدرت القيمة الضمنية الكلية للموقع بحوالي 15 مليار دولار. وعلى الرغم من ذلك، فإن "مايكروسوفت" قامت بشراء سهم مفضل يتضمن حقوقاً خاصة مثل "حقوق التصفية"، وهو ما يعني أن "مايكروسوفت" ستقاضي مستحقاتها قبل حملة الأسهم العادية في حالة بيع الشركة. كما أن السهم الذي قامت

"مايكروسوفت" بشرائه يخول لها الحق في نشر الإعلانات الدولية على الفيس بوك

- في نوفمبر من عام 2007، قام لي كا شينج ملياردير هونغ كونج باستثمار 60 مليون دولار في الفيس بوك
- في أغسطس من عام 2008، أشارت مجلة "بيزنس ويك" إلى عمليات بيع خاصة قام بها الموظفون، وكذلك عمليات شراء قامت بها شركات رأس المال المخاطر كانت ولا تزال تتم عند أسعار الأسهم، وهو ما جعل القيمة الإجمالية للشركة تتراوح ما بين 3.75 و5 مليار دولار.
- وفي أكتوبر من عام 2008، صرح زوكربيرج: "لا أعتقد أنه يمكن النظر إلى الشبكات الاجتماعية باعتبارها وسيلة للربح بالطريقة نفسها التي تتم من خلالها عمليات البحث على الإنترنت... وفي غضون ثلاث سنوات من الآن، علينا أن نفكر في الشكل الذي ينبغي أن يكون عليه النموذج الأمثل للموقع، ولكن لا يمكن القول إن ذلك الأمر يمثل أولى اهتماماتنا في الوقت الراهن.

❖ نظرة على الموقع:

يمكن لمستخدمي الفيس بوك الانضمام إلى واحدة أو أكثر من الشبكات التي تقوم بكل من المدينة أو جهة العمل أو المدرسة أو الإقليم بتأسيسها. فهذه الشبكات تمكن المستخدمين من التواصل مع أعضاء آخرين في الشبكة نفسها. كما يمكن للمستخدمين أيضاً الاتصال بأصدقائهم مع السماح لهم بالوصول إلى ملفاتهم الشخصية.

يقدم الموقع خدماته للمستخدمين مجاناً، ويجني أرباحه من الإعلانات بما في ذلك يمكن للمستخدمين إنشاء ملفات شخصية تتضمن بعض الصور وقوائم الاهتمامات الشخصية ويمكن تبادل الرسائل العامة أو الخاصة والانضمام إلى مجموعات من الأصدقاء. وتكوزع افتراضي، فإن عرض البيانات التفصيلية للملف

← شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الإعلامي
الشخصي يكون مقتصرًا على المستخدمين من الشبكة نفسها الواحدة وبعض
الاستثناءات المحدودة الأخرى.

وتعتبر شركة "مايكروسوفت" الشريك الحصري للفيس بوك في تقديم
خدمة إعلانات الشعار، ويقوم الفيس بوك بطرح الإعلانات التي تتضمنها قائمة
الإعلانات الخاصة بشركة "مايكروسوفت" بحسب. ووفقًا لما ذكرته شركة
"كومسكور"، إحدى الشركات المتخصصة في بحوث التسويق على الإنترنت، فإن
الفيس بوك يقوم بتجميع قدر من البيانات من خلال رواده يضاهي ما يتوفر من
بيانات لدى شركتي "جوجل" و"مايكروسوفت"، ولكن أقل إلى حد ما من شركة
"ياهو".

❖ سمات الموقع:

عادةً ما تقوم وسائل الإعلام بعقد المقارنات بين موقعي "فيس بوك" و"ماي
سبيس"، ولكن يبدو أن أشهر الفروق بين الموقعين هو مستوى التخصيص. فموقع
"ماي سبيس" يتيح للمستخدمين تزيين ملفاتهم الشخصية باستخدام لغة
HTML وCascading Style Sheets (CSS)، بينما يوفر موقع "فيس بوك"
إمكانية استخدام النص العادي فقط.

يتضمن الفيس بوك مبدأً من السمات التي تتيح للمستخدمين إمكانية
التواصل مع بعضهم البعض. ومن بين هذه السمات:

- سمة Wall أو لوحة الحائط:

وهي عبارة عن مساحة مخصصة لصفحة الملف الشخصي لأي مستخدم
بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- سمة Pokes أو النكزة:

تتيح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم البعض (وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).

- سمة Photos أو الصور:

تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع، يوفر الفيس بوك مستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي "فوتوياسكيت" و"فليكر" الذين يضعان حداً لعدد الصور التي يسمح للمستخدم بتحميلها في الماضي، كان عدد الصور التي يمكن للمستخدمين تحميلها على الموقع يقتصر على 60 صورة للألبوم الواحد. وعلى الرغم من ذلك، فقد ذكر بعض المستخدمين أنه يمكنهم إنشاء الألبومات بعد جديد للصور قد يصل إلى 200 صورة. وحتى الوقت الراهن، لم يتمكن أحد من تحديد السبب وراء إمكانية تحميل بعض الأعضاء لعدد يصل إلى 200 صورة للألبوم، في حين لا يمكن للآخرين القيام بذلك.

يمكن ضبط إعدادات الخصوصية للألبومات الفرديّة، وبالتالي الحد من مجموعات المستخدمين الذي يمكنهم مشاهدة ألبوم معين، فعلى سبيل المثال، يمكن ضبط إعدادات الخصوصية لألبوم ما بحيث تتيح لأصدقاء المستخدم فقط مشاهدة الألبوم، بينما يمكن ضبط إعدادات الخصوصية في ألبوم آخر على نحو يتيح لجميع مستخدمي الفيس بوك مشاهدة هذا الألبوم. من السمات الأخرى الخاصة بتطبيقات Photos القدرة على تسمية المستخدمين في صورة ما. فعلى سبيل المثال، إذا كانت إحدى الصور تشتمل على أحد أصدقاء المستخدم، فإنه يمكن للمستخدم تسمية الصديق الموجود في هذه الصورة أو إضافة تعليق ما. وسوف يؤدي ذلك إلى إرسال تنبيه لهذا الصديق بأنه قد تم تسميته، مع تزويده برابط لمشاهدة هذه الصورة.

• سمة Status او الحالة

تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

جدير بالذكر أنه يمكن مشاهدة لوحة الحائط الخاصة بالمستخدم لأي شخص يمكنه مشاهدة الملف الشخصي لهذا المستخدم وفقاً لإعدادات الخصوصية، في يوليو من عام 2007، أتاح الفيس بوك إمكانية إرسال رسائل مرفقة تتضمن أي شيء إلى لوحة الحائط، الذي كان مقتصراً من قبل على المحتويات النصية فقط.

• سمة News Feed او التغذية الإخبارية

في 6 سبتمبر من عام 2006، تم الإعلان عن سمة NewsFeed أو التغذية الإخبارية التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

في بداية الأمر، أثارت هذه السمة حالة من الاستياء بين مستخدمي الفيس بوك، حيث شكوا البعض من سوء التنظيم وكثرة البيانات غير المرغوب فيها، بينما عبّر البعض الآخر عن مخاوفهم من أن يؤدي ذلك إلى سهولة تعقب الآخرين لأنشطتهم الشخصية (مثل التغييرات التي تطرأ على علاقاتهم والأحداث المختلفة والمحادثات التي تبادلوها مع الآخرين) ورداً على تلك الحالة من الاستياء، قدم زوكربيرج اعتذاراً عن إخفاق الموقع في تقديم سمات مناسبة يمكن تخصيصها على نحو يحفظ خصوصية الأفراد.

منذ ذلك الحين، صارت لدى المستخدمين القدرة على التحكم في نوع البيانات التي يمكن تبادلها مع الأصدقاء بصورة تلقائية، فضلاً عن ذلك، فإنه يمكن للمستخدمين منع أصدقائهم من مشاهدة التحديثات التي تطرأ على أنواع محددة

من الأنشطة التي يقومون بها مثل التغيير في الملف الشخصي أو الرسائل المكتوبة على لوحات الحائط الخاص بهم ولأصدقاء الذين تمت إضافتهم مؤخراً.

- سمة Facebook Notes أو تعليقات الفيس بوك

تم تقديم هذه السمة في 22 من شهر أغسطس لعام 2006، وهي سمة متعلقة بالتدوين تسمح بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها. وقد تمكن المستخدمون في وقت لاحق من جلب المدونات من مواقع "زانجا" و"لايف جورنال" و"بلوجر" وغيرها من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.

- سمة إرسال الرسائل الفورية "Chat"

خلال الأسبوع الذي وافق 7 أبريل 2008، أصدر الفيس بوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج Comet وأطلق عليه اسم "Chat" ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.

- سمة Gifts أو الهدايا

في 8 فبراير عام 2007، أطلق الفيس بوك سمة Gifts أو الهدايا، التي تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية. تكلف الهدايا 1.00 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

- سمة Marketplace أو السوق

في 14 مايو من عام 2007، أطلق الفيس بوك سمة Marketplace أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية.

وقد قامت شركة "سي نت" بمقارنة هذا التطبيق مع موقع كريبجزيست، حيث أشارت إلى أن الفارق الرئيسي بينهما يتمثل في أن القوائم التي ينشرها المستخدم باستخدام Marketplace تتم مشاهدتها من قبل المستخدمين من الشبكة نفسها، أما القوائم المنشورة في كريبجزيست فيمكن لأي شخص مشاهدتها.

- إمكانية "Facebook Beta":

في 20 يوليو من عام 2008، قدم الفيس بوك إمكانية "Facebook Beta"، نسخة تجريبية من الفيس بوك - عبارة عن إعادة تصميم مبتكرة لواجهات الاستخدام الخاصة بمستخدميه على شبكات محددة. كما تم دمج سملي-Mini "Feed و"Wall"، وتم فصل الملفات الشخصية إلى أجزاء ذات علامات تبويب، كما تم بذل جهد بالغ من أجل التوصل إلى شكل أكثر تنظيماً.

وبعد أن كانت حرية الانتقال إلى الإصدار الجديد متاحة للمستخدمين في بادئ الأمر، فإن الفيس بوك بدأ في إحالة المستخدمين إلى هذه النسخة الجديدة اعتباراً من سبتمبر 2008.

في 11 من شهر ديسمبر لعام 2008، تم الإعلان عن اختبار الفيس بوك لطريقة جديدة في تسجيل الدخول بشكل أبسط.

- تطبيقات أجهزة iPhone

كما تم إصدار موقع Facebook iPhone في شهر أغسطس 2007 الذي يقدم طريقة عرض خاصة تناسب جهاز iPhone، وبحلول شهر يوليو 2008، وصل عدد المستخدمين إلى 1.5 مليون فرد يقومون باستخدامه بصورة منتظمة.

كما تم طرح تطبيق مجاني لأجهزة iPhone و iPod Touch أطلق عليه اسم "Facebook for iPhone"، وذلك في يوليو من عام 2008.

الفصل الثاني

المدونات

يعتبر التلويين الإلكتروني طريقة سهلة لمشاركة الخواطر والأفكار مع العالم الخارجي. حيث يقوم المدون بكتابة افكاره واهتماماته للعالم الخارجي باستخدام الانترنت

❖ تعريف المدونة:

مدونة (Blog) هي تعريب كلمة "blog" التي تتركب من كلمتي "web log" بمعنى سجل الشبكة. كما تستخدم أحيانا الكلمة المستعارة من الإنجليزية ويستخدمها المستخدمون العرب وينطقونها كما هي بالإنجليزية، كما يطلق على المداخلة الواحدة من ضمن المداخلات العديدة التي تشكل المدونة اسم تدوينة.

المدونة تطبيق من تطبيقات شبكة الإنترنت، وهي تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى، وهو في أبسط صوره عبارة عن صفحة وب على شبكة الإنترنت تظهر عليها تدوينات (مدخلات) مؤرخة ومرتببة ترتيبا زمنيا تصاعديا ينشر منها عدد محدد يتحكم فيه مدير أو ناشر المدونة، كما يتضمن النظام آلية لأرشفة المداخلات القديمة، ويكون لكل مداخلة منها مسار دائم لا يتغير منذ لحظة نشرها يمكن القارئ من الرجوع إلى تدوينة معينة في وقت لاحق عندما لا تعود متاحة في الصفحة الأولى للمدونة، كما يضمن ثبات الروابط ويحول دون تحللها.

هذه الآلية للنشر على الوب تعزل المستخدم عن التعقيدات التقنية المرتبطة عادة بهذا الوسيط، أي الإنترنت، وتتيح لكل شخص أن ينشر كتابته بسهولة بالغة.

يتيح موفرو خدمة عديدون آليات أشبه بواجهات يريد إلكتروني على شبكة (الوب) تتيح لأي شخص أن يحتفظ بمدونة ينشر من خلالها ما يريد بمجرد ملء نماذج وضغط أزرار، وكما يتيحون أيضا خصائص مكملة؛ مثل تقنية التقييم التي

تهدف إلى تسهيل متابعة التحديثات التي تطرأ على المحتوى المنشور دون الحاجة إلى زيارة المواقع بشكل دوري ودون الحاجة للاشتراك في قوائم بريدية، وخدمات أخرى للربط بين المدونات، إضافة إلى الخاصية الأهم وهي التعليقات التي تحقق التفاعل بين المدونين والقراء، وتعتبر الصحف والمجلات الإلكترونية أحد أوجه التدوين المتقدمة.

ومن وجهة نظر علم الاجتماع فإن الإنترنت ينظر إلى التدوين باعتباره وسيلة النشر للعامة والتي أدت إلى زيادة دور الشبكة العالمية باعتبارها وسيلة للتعبير والتواصل أكثر من أي وقت مضى، وبالإضافة إلى كونه وسيلة للنشر والدعاية والترويج للمشروعات والحملات المختلفة. ويمكن اعتبار التدوين كذلك إلى جانب البريد الإلكتروني أهم خدمتين ظهرتنا على شبكة الإنترنت على وجه الإطلاق، يليه الويكي.

والموضوعات التي يتناولها الناشرون في مدوناتهم تتراوح ما بين اليومية، والخواطر، والتعبير المسترسل عن الأفكار، والإنتاج الأدبي، ونشر الأخبار والموضوعات المتخصصة في مجال التقنية والإنترنت نفسها. وبينما يخصص بعض المدونون مدوناتهم للكتابة في موضوع واحد، يوجد آخرون يتناولون موضوعات شتى في ما يكتبون.

كذلك توجد مدونات تقتصر على شخص واحد، وأخرى جماعية يشارك فيها العديد من الكتاب، ومدونات تعتمد أساساً على الصور photoblog والتعليق عليها. كما انتشرت مؤخراً مدونات الفيديو Videoblogs على شبكة الإنترنت، وهي قائمة أساساً على نشر المحتوى التدويني بالصوت والصورة مسجلاً على فيديو.

❖ نظرة تاريخية:

على نحو ما، كانت الحرب على العراق سبباً من أسباب ذبوع صيت المدونات وانتشارها. فمن ناحية، ظهرت في سنة 2002 مدونات مؤيدة للحرب وفي سنة 2003

ظهرت المدونات كوسيلة العديد من الأشخاص المناوئين للحرب في الغرب للتعبير عن مواقفهم السياسية ومنهم مشاهير السياسة الأمريكية من أمثال هوارد دين، كما غطتها مجلات شهيرة كمجلة فوربس في مقالات لها، كما كان استخدام معهد آدام سميث البريطاني لهذه الوسيلة دوره في تأصيلها.

من ناحية أخرى ظهرت مدونات يكتبها عراقيون، بعضهم يعيشون في العراق ويكتبون عن حياتهم في الأيام الأخيرة لنظام الرئيس العراقي المخلوع صدام حسين وأثناء الوجود الأمريكي في العراق. اكتسبت بعض هذه المدونات شهرة واسعة وعُدَّ قراؤها بالملايين، وطبع أحدها لكاتب عراقي عرفه العالم بـ سلام بأكس وكانت غالبية الكتاب بالإنجليزية وترجمة عنوان الكتاب بالعربية هو أين رائد. وكان اسم الكاتب سلام الجنابي وظهرت مدونات يكتبها جنود عراقيون في العراق مما شكل مفهوماً حديثاً لدور المراسل الحربي. وفي سنة 2004 أصبحت المدونة ظاهرة عامة بانضمام العديد من مستخدمي شبكة الإنترنت إلى صفوف المدونين وقراءها، كما تناولتها الدوريات الصحفية.

أصبحت المدونة نوعاً من أنواع الإبداع الأدبي المتعارف عليه، وتنظم له دور النشر والصحف - في إصداراتها الرقمية - المسابقات لاختيار أفضلها من حيث الأسلوب، والتصميم، واختيار الموضوعات، مثل المسابقة التي نظمتها صحيفة جارديان البريطانية.

بينت الإحصائيات إن الذين يستخدمون شبكة الإنترنت في العالم العربي مثلاً هم في الحقيقة أقلية لا يتجاوز عددهم 7 من المائة من عدد السكان في مصر و35 من المائة في قطر، و27 من المائة في الإمارات، مقارنة بـ 51 من المائة في إسرائيل. بينما 31 من المائة من المدونات العربية تخرج من سوريا.

❖ أنواع المدونات:

(أ) مدونات الفيديو (Vlog)

التدوين المرئي أو تدوين الفيديو، تعرف بالإنجليزية بـ video blog وتختصر أحياناً بـ vlog هي مدونة تستخدم الفيديو كوسيط. عادة ما تكون المدونة مرتبة ترتيب زمني معكوس (الأحدث يكون في الأعلى)، وتجمع فيديو مدمج أو وصلة للفيديو مع نص، صور ووسائل أخرى، ومن أهم المواقع التي تتخذ كوسيلة للتدوين المرئي هو موقع يوتيوب.

■ تطور التدوين الفيديوي:

- 15 يونيو 2003، أطلق Nacho Durán أول مدونة مرئية معروفة في ساو باولو، برازيل وكانت عبارة عن كاميرة محمولة تأخذ لقطات يومية بدون صوت.
- 1 يناير 2004، أطلق Steve Garfield مدونته وأعلن أن سنة 2004 ستكون سنة تدوين الفيديو.
- 6 ديسمبر 2010، أطلق محمد جرادات مصطلح فدون لتصبح ترجمة عربية للتدوين الفيديوي.

(ب) مدونات الصور (Photoblog)

(ج) مدونات المعلومات التي تتجدد كل يوم (Blognews)

(د) المدونات الشخصية (Personal blog)

تتناول مثل هذه المدونات أفكار وآراء خاصة بصاحب المدونة:

(أ) المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الروابط التشعبية (Link blogs)

تعتبر المدونات الإلكترونية التي تحتوي على الوصلات التشعبية (web link logs) أول أنواع المدونات الإلكترونية التي تم نشرها على شبكة الإنترنت، ومن هنا جاء اسم المدونة الإلكترونية (weblog) ويحتوي هذا النوع من المدونات على العديد من الروابط لمواقع الإنترنت التي يرى صاحب المدونة أنها تستحق الزيارة إضافة إلى وصف مختصر للموقع المشار إليه بال رابط.

(ب) المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات اليومية (Online diary blogs)

تتناول هذه المدونات الحياة اليومية لمالكها، ماذا فعل وماذا دار في خلدته في ذلك اليوم. ولا تحتوي هذه المدونات بالضرورة على روابط لمواقع إلكترونية أخرى.

(ج) المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المقالات (Article blogs)

يمكن أن يحتوي هذا النوع من المدونات على عرض وتعليقات على الأخبار والأحداث، أخبار وتقارير. وهي عادة ما تكشف قدر أقل من الحياة اليومية لكاتبها من المدونات الإلكترونية التي تحتوي على المذكرات.

(د) المدونات الإلكترونية التي تحتوي على مقاطع بث إذاعي (Podcast blogs)

يمكن اعتبار مقاطع البث الإذاعي (Podcasts) على أنها برامج إذاعية قصيرة مسجلة بواسطة صاحب المدونة، وبإمكان المستمع تحميلها عندما يريد الاستماع إليها. علما بأن المصطلح (Podcast) مأخوذ من أجهزة iPod، وهي عبارة عن مشغلات الملفات الصوتية بصيغة mp3 التي بإمكانها تشغيل ملفات podcast.

هـ) المدونات الإلكترونية المتنوعة

تعتبر معظم المدونات الإلكترونية مزيجاً من أنواع المدونات المذكورة أعلاه.

و) المدونات الإلكترونية الجماعية

يتم كتابة هذا النوع من المدونات بواسطة مجموعة من الأشخاص.

❖ من الذي يقوم بكتابة المدونات الإلكترونية؟

معظم المدونات الإلكترونية على الإنترنت هي مدونات خاصة كتبها أشخاص بصفاتهم الشخصية للمتعة فقط. أما المدونات التحريرية فقد قام محررون محترفون بكتابتها وتحريرها. كما أن بإمكان المدارس والمنظمات والشركات امتلاك مدونات خاصة بها للتواصل مع القراء بالأحداث والأخبار والأشياء الأخرى المتعلقة بملك المنظمة أو المؤسسة.

❖ طريقة التدوين الإلكتروني

لقد جعلت التقنية الحديثة من التدوين الإلكتروني أمراً سهلاً وبناءً عليه فقد شاع استخدام التدوين الإلكتروني بشكل كبير.

توجد عدة طرق مختلفة لنشر أفكارك الخاصة على هيئة مدونات إلكترونية، ولكن قبل يجب أن التعرف على مقالة المدونة الإلكترونية (blog entry or blog post).

التدوين الإلكتروني أمر سهل؛ يتمثل في كتابة ونشر مقالة المدونة باستخدام خدمة التدوين الإلكتروني؛ أو من خلال موقعك الإلكتروني باستخدام برنامج التدوين المثبت على حاسوبك.

■ تتكون مقالة المدونة الإلكترونية من العناصر التالية:

- عنوان المقالة

وهو بمثابة عنوان مقال صحفي. ويكون عنوان مقالة المدونة على سبيل المثال على النحو التالي: "يوم رائع، أخبار رائعة."

- الملخص

وهو شرح مبسط أو اقتباس من المقالة، ويستحسن ولكن ليس ضرورياً كتابة الملخص عند نشر تغذية RSS على المدونة الإلكترونية خصوصاً إذا كانت المقالات طويلة.

- نص المقالة

ويحتوي على المادة الأساسية للمقالة.

- تاريخ المقالة

وهو تاريخ ووقت نشر المقالة.

- التعليقات

وهي الملاحظات التي بإمكان القراء الإدلاء بها عن مقالة معينة في مدونتك الإلكترونية. ويمكنك عدم فتح المجال للآخرين بالتعليق على مقالاتك إلا إذا رغبت في ذلك.

- التصنيفات

وهي عبارة عن مواضيع أساسية تكتب عنها بانتظام في مدونتك الإلكترونية، من أمثلة التصنيفات: "يوميات"، "تقنية"، أو "رحلات".

- الرابط الدائم: (Permalink)

وهو عنوان إنترنت دائم للمقالة. إذا كان عنوان مدونتك الإلكترونية على سبيل المثال myblog.blogger.com، فإن الرابط الدائم لمقالة معينة تكون مثلاً myblog.blogger.com/permanententry.html. وينصح دوماً بإرفاق الرابط الدائم لكل مقالة، وعليه فإن أي شخص يقوم بإضافة رابط للمقالة الخاصة بك داخل مدونته سيتم عندها ربط قراء مدونته بالمقالة نفسها من خلال الرابط الدائم للمقالة بدلاً من ربطهم بالصفحة الرئيسية لمدونتك.

- الروابط المرجعية (Trackback) و (pingback)

وتعتبر روابط مواقع أخرى تشير إلى المقالة الخاصة بك.

- تغذية RSS

هي نسخة مكتوبة برمز لغة (XML-coded) XML من مدونتك الإلكترونية أو أجزاء منها. وإذا قمت بنشر تغذية RSS لمدونتك الإلكترونية فإن بإمكان القراء الاشتراك في مدونتك بحيث يتم تنبيههم آلياً عند نشر مقالة جديدة في مدونتك. حيث تظهر التنبيهات في برنامج قارئ الأخبار الخاص بهم أو في متصفح إنترنت متوافق مع RSS.

❖ خدمة التدوين الإلكتروني

تسمح لك الكثير من المواقع الإلكترونية بإنشاء مدونتك الإلكترونية الخاصة بك مجاناً على خوادم الويب الخاصة بتلك المواقع. كل ما عليك فعله هو إنشاء حساب جديد باستخدام خدمة التدوين الإلكتروني الخاصة بالموقع ويمكنك بعدها البدء بالتدوين مباشرة. وتعد خدمة Blogger واحدة من أشهر خدمات التدوين على الإنترنت.

تتميز خدمات التدوين بإمكانية استخدامها من أي مكان يمكنك الوصول منه إلى شبكة الإنترنت، حتى أن بعض الخدمات تمنحك إمكانية التدوين عن طريق إرسال رسائل عبر الهاتف المحمول. ويكمن الجانب السلبي لخدمات التدوين في أنك لا تمتلك القيود على حاسوبك الخاص بك إلا إذا قمت بنسخها بشكل منفصل عليه. حيث يعني ذلك أنه في حال كانت قيودك فقط على الخادم الخاص بمزود خدمة التدوين وتم فقدانها من هناك لسبب ما فإنك ستفقد قيودك إلى الأبد، لأنك لا تمتلك نسخة احتياطية منها على حاسوبك الشخصي.

❖ برامج التدوين الإلكتروني:

برامج التدوين الإلكتروني هي برامج تكون مثبتة على حاسوبك، ويوجد نوعان من تلك البرامج: برامج التدوين الإلكتروني التي يتم تشغيلها من سطح المكتب حيث تقوم بإنشاء المدونة كاملة على حاسوبك الشخصي ومن ثم نسخها (أو نسخ أحدث الملفات) على خادم الويب الخاص بك. وميزة هذا النوع من البرامج هي أنك تتحكم بمدونتك الإلكترونية بشكل كامل وبإمكانك إرسالها أينما تريد.

كما تكون بعض برامج التدوين الإلكتروني مثبتة على حاسوبك ولكنها تتطلب تسجيل دخولك في خدمة التدوين الإلكتروني. وميزة استخدام هذا النوع من البرامج هي أنها تمنحك خيارات وتحكم في مدونتك الإلكترونية أكثر من تلك التي تحصل عليها عند تعاملك مع خدمة التدوين الإلكتروني الموجودة على الموقع الإلكتروني. كما يجعل هذا النوع من البرامج التدوين الجماعي أسهل من

استخدام البرامج التي تنشئ المدونة الإلكترونية كاملة على حاسوبك قبل نسخها إلى خادم الويب.

أما الخيار الثالث فهو كتابة ونشر المدونة الإلكترونية عن طريق نفس البرنامج الذي استخدمته لإنشاء ونشر موقعك الإلكتروني.

❖ المدونات (الاعلام البديل):

نشرت منظمة مراسلون بلا حدود يوم 22 أيلول 2005 دليلاً لكتاب المدونات ولستعملي الشبكة الافتراضية في العالم لمساعدتهم على حسن استغلال الوسائل الحديثة وتضادي كل أشكال الرقابة.

على الرغم من انتشارها الواسع على الشبكة، ظلت المدونات الإلكترونية (e-Blogs)، أو الـ "بلوغرز" محدودة جداً في العالم العربي. فبعد بدايات محتشمة مشية اندلاع الحرب على العراق، شهدت الظاهرة طفرة كبيرة جسدتها الساحات الخليجية أولاً ثم توسعت لتشمل مشرق العالم العربي ومغربه والساحة المصرية في الفترة الأخيرة.

على الرغم من انتشارها التسريجي منذ بداية الألفية الثالثة، فإن المدونات الإلكترونية (e-Blogs)، أو الـ "بلوغرز"، حظيت بالانتشار الكبير أثناء الحرب التي شنتها الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا على العراق.

فخلال هذه الفترة ظهرت لأول مرة في التاريخ، المدونات الشخصية، (P-Blogs) التي يكتبها أفراد من داخل العراق سواء من جنود الاحتلال أو من المواطنين العراقيين، يقدمون خلالها صورة أقرب للحقيقة، وأكثر تفصيلاً لما يحدث على الأرض، كما يوجهون الضوء للأحداث التي لم يشر إليها الإعلام التقليدي بقصد أو بدون قصد.

وكان نيكولاس نيجروبونتي قد كتب في كتابه "الحياة الرقمية (Being Digital)" الصادر عام 1995 بأن التطور التكنولوجي سيؤدي إلى أفول الإعلام الجماهيري وظهور الإعلام الشخصي كبديل له. وفي النصف الثاني من عام 2005 تحققت نبوءات نيجروبونتي إلى حد بعيد.

يقول المختصون أن الفارق بينها وبين المنتديات أو ساحات الحوار أن البلوغ يقوم عليها الإنسان ويتمحور شغلها الشاغل حول الإنسان. ويقولون أن: "المدونات هي عبارة عن مجموعة من الأحاسيس والخواطر والمذكرات واليوميات التي يسجلها إنسان ما من قضية أو بلد ما".

إن المدونات اليوم أشبه بـ "الإعلام البديل" لأنه يحول الإنسان نفسه إلى حالة فريدة. فبعد أن كنا نرى الرسالة الإعلامية على أنها عبارة عن أفكار ومتلقي ومرسل أصبح بمقدور أي إنسان أن يصنع هو بنفسه الرسالة الإعلامية.

❖ أهم مزايا المدونات:

إن مزايا المدونات كثيرة وأهمها:

- حرية التعبير حيث أنه باستطاعة المدون كتابة كل ما يجوب بذهنه من أفكار.
- التنوع الذي تتيحه المدونات حيث باستطاعة المدون وضع أفكاره بصيغ جديدة منها النص والصورة والفيديو ومقاطع الصوت ومقاطع الفلاش.... الخ
- كسر حاجز الجغرافيا حيث باتت باستطاعة المدون الكتابة لكل العالم.
- التفاعلية: حيث تسمح المدونات بوضع خدمة الرد والتعليق على الكتابات وهذا يعطي نوع من التفاعل بين الكاتب والقارئ.

الفصل الثالث

الويكي

❖ تعريف الويكي:

ويكي (wiki) هو نوع من المواقع الإلكترونية يسمح للزوار بإضافة المحتويات وتعديلها دون أية قيود في الغالب، وقد تشير كلمة ويكي أيضاً إلى برامج الويكي المستخدمة في تشغيل هذا النوع من المواقع.

تعني كلمة ويكي (/wi : ki : /) بلغة هاواي "سريع"، وقد استخدمت هذه الكلمة لهذا النوع من أنظمة إدارة المحتوى للدلالة على السرعة والسهولة في تعديل محتويات المواقع.

❖ نظرة تاريخية

أول موقع أطلق عليه اسم "ويكي" ظهر في 25 مارس 1995 وهو موقع "بورتلاند باترن ريبازيتوري" Portland Pattern Repository أي "مستودع بورتلاند للنماذج - أو للصيغ". وقد أنشأه وورد كانينغهام، وهو الذي اختار لفظ "ويكي" لهذا النوع من المواقع.

في أواخر التسعينيات من القرن الماضي ازداد استخدام برامج ويكي لإنشاء قواعد معلومات خاصة أو عامة، واليوم يعتبر القسم الإنجليزي من موسوعة ويكيبيديا أكبر موقع ويكي على شبكة الإنترنت. ويكي يتيح للمستخدمين إضافة أو تعديل أو حذف محتوياته عن طريق متصفح ويب.

❖ الخصائص المميزة:

تتيح برامج الويكي للزوار أن يحرروا مواضيع الموقع جماعياً وبلغة ترميز بسيطة وباستخدام المتصفح. ما يميز مواقع الويكي بشكل عام هو: سهولة إنشاء مواضيع جديدة أو تحديث مواضيع قديمة وتعديلها دون الحاجة إلى وجود رقابة توافق على إنشاء الصفحات أو تعديلها عادةً، وبعض مواقع الويكي لا تتطلب حتى تسجيل الدخول في الموقع لإنشاء أو تعديل مواضيع فيها مميزات إضافية.

❖ الوصلات المتشعبة:

تحتفظ مواقع ويكي بكل محتوياتها في قاعدة بيانات متشعبة، وتستطيع مواقع ويكي معرفة كل صفحة وكل وصلة تصل بين الصفحات، ولا يهم موقع الصفحات هنا.

على المشارك في تحرير محتويات الويكي أن يجعل بعض الكلمات تعمل كوصلة وسيقوم موقع ويكي بتفعيل هذه الوصلات، إن كانت الوصلة تشير إلى صفحة موجودة سينتقل الزائر لها، وإن كانت تشير إلى صفحة غير موجودة سيظهر نموذج لإضافة محتوياتها، وعندما تنشأ الصفحة سيقوم موقع الويكي تلقائياً بتفعيل كل وصلة تصل هذه الصفحة الجديدة وهذا جيد جداً.

❖ تنظيم المحتويات:

لا توجد هيكلية محددة لتنظيم المحتويات في مواقع ويكي، فيمكن لأي موقع أن ينظم محتوياته بالأسلوب الذي يناسبه، عادة لا تحوي مواقع ويكي على صفحات تنظم المحتويات إلا في مواقع ويكي الكبيرة مثل ويكيبيديا، ففي ويكيبيديا هناك صفحة رئيسية تقود الزائر إلى أقسام فرعية أو إلى المواضيع مباشرة، ويمكن الانتقال من موضوع إلى آخر دون الحاجة إلى المرور على صفحات تنظم المحتويات وتقسمها، هذه المرونة في ويكي غير متوفرة في المواقع التقليدية التي تجبر صاحب

الموقع على إنشاء هيكل محدد لمحتويات الموقع قبل وضع هذه المحتويات، أما في ويكي يمكن لصاحب الموقع كتابة المحتويات ثم تنظيمها بالطريقة التي يريدها وتناسبه.

❖ التحكم بالتعديلات:

مواقع ويكي صممت بحيث يستطيع أي شخص أن يصحح الأخطاء بسهولة، بدلاً من التركيز على تجنب الأخطاء، لذلك مواقع ويكي تعتبر حرة تماماً ويمكن لأي شخص أن يرتكب الأخطاء، لأن هذه الأخطاء ستصحح من قبل الشخص نفسه أو من قبل أناس آخرين، وهناك خاصية متوفرة في أغلب مواقع ويكي وهي صفحة أحدث التغييرات والتي تعرض قائمة بأخر التعديلات التي أجريت على صفحات موقع ويكي، هذه القائمة توفر وظيفتين، الأولى هي عرض الصفحة قبل آخر تعديل، والثانية هي عرض الاختلاف بين الصفحة الحالية وآخر تعديل أجري عليها، بهذا الأسلوب يستطيع أي كاتب أن يعرف ماذا أضيف للموضوع في كل تعديل، ويمكن إرجاع الصفحة إلى تعديل سابق في حال أن التعديلات الأخيرة لم تكن صالحة.

بعض برامج ويكي تقدم خاصية مفيدة، حيث يمكن لشخص ما أن يراقب المواضيع التي تهتمه، ويمكنه رؤية التعديلات التي جرت لهذه المواضيع من خلال قائمة خاصة تسمى "قائمة مراقبتي"، فقد لا ينتبه المرء إلى أن صفحة ما عدلت لأنه لم ير التعديل في صفحة أحدث التغييرات، لكن قائمة مراقبتي تضمن أنه سيرى كل تعديل على الصفحات التي يراقبها، هذه الخاصية متوفرة في برنامج ميدياويكي الذي يستخدم لإدارة موقع ويكيبيديا.

❖ العبث والتخريب:

طبيعة مواقع ويكي المفتوحة للجميع والتي تتيح للجميع تعديل المقالات تسمح للبعض أن يعبثوا في المواضيع، وأسباب هذا التخريب كثيرة، فالبعض يعبث لتجريد العبث وتجربة الموقع، والبعض يريد حذف ما لا يوافق رأيه أو تخريب المقالات

التي تخالفه الرأي، والبعض يكتب مقالات جديدة لا علاقة لها بتخصص أو توجه الموقع، قد تكون هذه المقالات دعابة له أو دعابة ضد شخص ما أو فكر معين وطبعاً كل هذا من دون أن تسجل في الموقع.

الكثير من برامج ويكي تتيح لمراء الموقع حماية الصفحات فلا يستطيع أحد تعديلها، وهذا الإجراء يتخذ في حالة المواضيع الخلافية التي يكثر تعديلها دون الوصول إلى وجهة نظر محايدة ترضي جميع الأطراف وقد تضطر مواقع ويكي في بعض الأحيان إلى وقف الكتابة والتعديل تماماً في كل الموقع.

بشكل عام يمكن تعديل أي تخريب وإعادة الصفحات إلى ما كانت عليه قبل التخريب، لذلك من الأفضل ترك المخرب يعيثُ سكماً يشاء لأنه سيتوقف لاحقاً، بعد ذلك يمكن لأي شخص إصلاح ما عبث به المخرب، ويمكن في بعض المواقع وقف المخرب عن طريق رقم IP فلا يستطيع تخريب المقالات أو في بعض الحالات منعه تماماً من تصفح الموقع وقراءة محتوياته.

❖ مواقع الويكي العربية

هناك فرق واضح في مواقع الويكي العربية، حيث لا يتجاوز عددها أصابع اليد الواحدة حسب موقع ويكي إنديكس، بينما يصل عدد مواقع الويكي الإنجليزية 2,800 والألمانية 400 موقع، ومن مواقع الويكي العربية ويكيبيديا، وجوريسبيديا (القانون المشارك) وموقع أرشيف الدراما السورية والمعرفة (موقع ويب) وويكي مكتبات وهي موسوعة متخصصة في علم المكتبات والمعلومات.

الفصل الرابع

مواقع التواصل والاجتماعي والاعلام

(الفايس بوك والاعلام)

إن ظهور شبكات التواصل الاجتماعي نقل الإعلام إلى أفاق غير مسبوقة، وأعطى مستخدميها فرصاً كبرى للتأثير والانتقال عبر الحدود بلا قيود ولا رقابة إلا بشكل نسبي محدود. إذ أوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات للبحث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة، ويوقف احتكار صناعة الرسالة الإعلامية لينقلها إلى مدى أوسع وأكثر شمولية، وبقدرة تأثيرية وتفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال.

وإن الخبرة والتسهيلات الجديدة التي وفرتها الإنترنت في مجال التنظيم والاتصال والإعلام غيرت المعادلة القديمة التي كانت تضطر قوى التغيير إلى الاعتماد على دعم دول أخرى في نضالها السياسي، كما كان الحال في الستينيات والسبعينيات من القرن العشرين.

لذا فإن حركات الإصلاح والتغيير في عالمنا العربي والإسلامي مدعوة اليوم إلى الاستفادة من ثورة الإنترنت إلى أقصى الحدود، في مجالات التنظيم والإدارة والاتصال والإصلاح والنضال السياسي وغير ذلك من جوانب معتزلة الحياة، فهل نستوعب المدلول التاريخي لثورة الإنترنت؟

واسقاطاً على التجارب العالمية في الحالتين "التونسية والمصرية" تقوم وسائل الإعلام وفق نظرية التسويق الاجتماعي بإثارة وعي الجمهور عن طريق الحملات الإعلامية التي تستهدف تكثيف المعرفة لتحليل السلوك بزيادة المعلومات المرسل، للتأثير على القطاعات المستهدفة من الجمهور، وتدعم الرسائل الإعلامية بالاتصالات الشخصية، كذلك الاستمرار في عرض الرسائل في وسائل الاتصال، عندها يصبح الجمهور مهتماً بتكوين صورة ذهنية عن طريق المعلومات والأفكار،

وهنا تسعى الجهة القائمة بالاتصال إلى تكوين صورة ذهنية لربط الموضوع بمصالح الجمهور وتطلعاته.

وفي خطوة لاحقة تبدأ الجهة المنظمة بتصميم رسائل جديدة للوصول إلى نتائج سلوكية أكثر تحديداً كاتخاذ قرار، ثم تأتي مرحلة صناعة أحداث معينة لضمان استمرار الاهتمام بالموضوع وتغطيتها إعلامياً و جماهيرياً، ثم حث الجمهور على اتخاذ فعل محدد معبر عن الفكرة، عن طريق الدعوة لتبني الأفكار التي تركز عليها الرسائل الاتصالية.

مفهوم "مواقع التواصل الاجتماعي" مثير للجدل، نظرا لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته. عكس هذا المفهوم، التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق على كل ما يمكن استخدامه من قبل الأفراد والجماعات على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

بعد ظهور شبكات ومواقع التواصل الاجتماعي ظهر لدينا مفهوم اعلامي هو الإعلام الاجتماعي.

ويقصد بالاعلام الاجتماعي "المحتوى الإعلامي الذي يتميز بالطابع الشخصي، والمتناقل بين طرفين أحدهما مرسل والآخر مستقبل، عبر وسيلة (شبكة اجتماعية) مع حرية الرسالة للمرسل، وحرية التجاوب معها للمستقبل".

وتشير أيضاً إلى: "الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع على الإنترنت وتبادل المناظرة والمعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع".

ويعرف زاهر راضي مواقع التواصل الاجتماعي: "منظومة من الشبكات الإلكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، ومن ثم ربطه عن

← شبكات التواصل الاجتماعي ودورها الإعلامي
طريق نظام اجتماعي إلكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الإهتمامات والهوايات
نفسها"

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفاً إجرائياً للإعلام
الجديد بأنه: "أنواع الاعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي، ويعتمد على
اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلاً عن استخدام الكمبيوتر كآلية
رئيسة له في عملية الانتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيس الذي
يميزه وهي اهم سماته".

ويمكن تقسيم مواقع التواصل الاجتماعي بالاعتماد على التعريفات
السابقة الى الاقسام الآتية:

(1) شبكة الانترنت Online وتطبيقاتها،

مثل الفيس بوك، وتويتر، اليوتيوب، والمدونات، ومواقع الدردشة، والبريد
الإلكتروني... فهي بالنسبة للإعلام، تمثل المنظومة الرابعة تضاف للمنظومات
الكلاسيكية الثلاث.

(2) تطبيقات قائمة على الأدوات المحمولة المختلفة:

منها أجهزة الهاتف الذكية والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها. وتعدّ
الأجهزة المحمولة منظومة خامسة في طور التشكل.

(3) أنواع قائمة على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون:

"مواقع التواصل الاجتماعي للقنوات والاذاعات والبرامج" التي اضيفت
اليها ميزات مثل التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

ويمكن ان نخلص إلى شبه اتفاق، أن مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى حالة من التنوع في الأشكال والتكنولوجيا والخصائص التي حملتها الوسائل المستحدثة عن التقليدية، لاسيما فيما يتعلق بأعلاء حالات الفردية Individuality والتخصيص Customization، وتأتان نتيجة لميزة رئيسة هي التفاعلية. فإذا ما كان الاعلام الجماهيري والاعلام واسع النطاق وهو بهذه الصفة وسم اعلام القرن العشرين، فإن الاعلام الشخصي والفردى هو اعلام القرن الجديد.

وما ينتج عن ذلك من تغيير انقلايى للنموذج الاتصالي الموروث بما يسمح للفرد العادى اىصال رسالته إلى من يريد في الوقت الذى يريد، وبطريقة واسعة الاتجاهات وليس من أعلى إلى أسفل وفق النموذج الاتصالي التقليدى.

فضلاً عن تبني هذه المواقع تطبيقات الواقع الافتراضى وتحقيقه لميزات الفردية والتخصيص وتجاوزه لمفهوم الدولة الوطنية والحدود الدولية

❖ سمات مواقع التواصل الاجتماعي

إن مواقع التواصل الاجتماعي اظهرت ما يسمى المجتمع الافتراضى وأهم ميزاته:

(1) المرونة وانهاى فكرة الجماعة المرجعية بمعناها التقليدى

المجتمع الافتراضى لا يتحدد بالجغرافيا بل بالاهتمامات المشتركة التي تجمع معاً أشخاصاً لم يعرف كلٌ منهم الآخر بالضرورة قبل الالتقاء (إلكترونياً).

(2) التغل على الجغرافيا والحدود

لم تعد تلعب حدود الجغرافيا دوراً في تشكيل المجتمعات الافتراضية، فهي مجتمعات لا تنام، يستطيع المرء أن يجد من يتواصل معه في المجتمعات الافتراضية على مدار الساعة.

(3) العزلة:

من سمات وتوابع العالم الافتراضي أنها تنتهي إلى عزلة، على ما تعد به من انفتاح على العالم وتواصل مع الآخرين. هذه المفارقة يلخصها عنوان كتاب لشيري تيرسكل "نحن معاً، لكننا وحيدان/ وحيدون حيث يقول فيه لماذا أصبحنا ننتظر من التكنولوجيا أكثر مما ينتظر بعضنا من بعض؟". فقد أغنت الرسائل النصية القصيرة، وما يكتبون ويتبادلون على الفيسبوك والبلاك بيري عن الزيارات. من هنا لم تعد صورة الأسرة التي تعيش في بيت واحد بينما ينهمك كل فرد من أفرادها في عالمه الافتراضي الخاص، لم تعد مجرد رسم كاريكاتيري، بل حقيقة مقلقة تحتاج مزيداً من الانتباه والاهتمام.

(4) حرية الاختيار:

لا تقوم المجتمعات الافتراضية على الجبر أو الإلزام بل تقوم في مجملها على الاختيار.

(5) التحكم بالخصوصية:

في المجتمعات الافتراضية وسائل تنظيم وتحكم وقواعد لضمان الخصوصية والسرية، قد يكون مفروضاً من قبل القائمين، وقد يمارس الأفراد أنفسهم في تلك المجتمعات الحجب أو التبليغ من المداخلات والمواد غير اللائقة أو غير المقبولة.

(6) مساحة الحرية الكبيرة:

أنها فضاءات رحبة مفتوحة للتمرد والثورة — بداية من التمرد على الخجل والانطواء وانتهاء بالثورة على الأنظمة السياسية.

(7) اللامركزية،

تتسم المجتمعات الافتراضية بدرجة عالية من اللامركزية وتنتهي بالتدريج إلى تفكيك مفهوم الهوية التقليدي. ولا يقتصر تفكيك الهوية على الهوية الوطنية أو القومية بل يتجاوزها إلى الهوية الشخصية، لأن من يرتادونها في أحيان كثيرة بأسماء مستعارة ووجوه ليست وجوههم، وبعضهم له أكثر من حساب

❖ الفيس بوك في العالم العربي:

بلغ عدد مستخدمي فيس بوك في العالم العربي 32 مليون مستخدم في أغسطس 2011 حسب تقرير لأكاديمية دبي للإدارة الحكومية.

• مصر:

تعتبر مصر هي الأولى في الشرق الأوسط استخداماً للفيس بوك، حيث يضم موقعها 11.3 مليون مشترك وفقاً لإحصائيات يونيو 2011 وهو الموقع الإلكتروني الأول للمصريين وقد أثر الفيس بوك في الحياة السياسية في مصر خصوصاً بعدما أنشأت مجموعة على الموقع دُعي فيها إلى (اضراب يوم 6 أبريل/نيسان 2008 وشارك في هذه المجموعة أكثر من 71 ألف شخص).

تم حجب الموقع في 26 يناير 2011 بعد دعوة الشباب إلى ثورة قومية ضد الحزب الحاكم مما سبب اضطراب للسلطات والحكومة المصرية. وبسبب الفيس بوك وثورة الشباب تم قطع اتصال الإنترنت من يوم 27 يناير 2011 ولمدة أسبوع كامل في سابقة لتعنت الحكومة المصرية ضد الشباب، مما مكبد الاقتصاد المصري خسائر مالية بقيمة 9 مليار جنية.

يذكر أيضاً أن موقع الفيس بوك ساهم بصورة كبيرة في إطلاق ثورة الخامس والعشرين من يناير عام 2011 وذلك عن طريق صفحة كلنا خالد سعيد التي أنشأها الناشط السياسي وأهل غنيم وقد أطاحت هذه الثورة بنظام الحكم الذي

استمر 30 عاماً بتخلي الرئيس السابق محمد حسني مبارك عن الحكم بسبب الضغوط والاحتجاجات الشعبية.

• السعودية:

الفيس بوك هو ثاني أكثر المواقع زيارة في السعودية بعد جوجل السعودية حسب تصنيف موقع اليكسا، ويبلغ عدد المشتركين من داخل المملكة العربية السعودية 4.3 مليون مشترك وفقاً لإحصائيات يونيو 2011، وقد شهد موقع الفيس بوك كثيراً من الجدل في بدايته ولا زال إلا أن الوثيرة خفت، خصوصاً من بعض الأشخاص والأعلام الذين يعتقدون بوجود مؤامرة تقف خلف إنشاء الموقع، ويعتقدون بأنه يهدد بشكل مباشر سلامة المجتمع والدين

أصبح الفيس بوك موقعاً مهماً للتواصل بالنسبة للسعوديين وهو ما يشرح سبب تصنيفه المرتفع ومن خلال الموقع تمت الكثير من الحركات الاجتماعية الواعية والتي كان من أبرزها مجموعة FreeFouad التي أنشأتها الكاتبة والقاصة هديل محمد الحضيف للمطالبة بالإفراج عن المدون فؤاد الفرحان إثر اعتقاله من قبل السلطات السعودية، كذلك مجموعة الحملة الشعبية للمساهمة في إنقاذ مدينة جدة التي أسسها رياض الزهراني إثر أحداث فيضانات جدة 2009 في 26 نوفمبر 2009، لتكون المجموعة مقرر عمليات للأعمال التطوعية في إنقاذ المتضررين من السيول التي داهمت جدة والتي التحق بها ما يزيد عن 45000 عضو خلال شهر.

كما تم من خلال المجموعة تصعيد آثار الكارثة إعلامياً حيث بادر الأعضاء بتوثيق الحدث بالصور والفيديو وهو الأمر الذي سبب حرجاً لوكالة الأنباء السعودية التي نشرت خبراً عن الأمطار يخالف الحقيقة وصفه لاحقاً وزير الإعلام والثقافة السعودي عبد العزيز خوجة في حوار له مع إحدى الصحف بالمستفز والممجوج.

كما تم تصعيد حيثيات الكارثة قانونياً من خلال المجموعة على موقع فيس بوك، حيث بادر الفريق القانوني برفع قضية ضد المتورطين في التسبب بأضرار الكارثة نيابة عن الأهالي وجمع توقييع الأعضاء للتأييد وهو ما عززته أعلى سلطة بالمملكة العربية السعودية ممثلة في الملك عبد الله بن عبد العزيز الذي أصدر قراراً ملكياً بعد أربعة أيام بعد الأول من نوعه ويقضي بتشكيل لجنة لتقصي الحقائق وإحالة المتورطين للمحاكمة وكذلك تعويض أهالي المتضررين، وقد كانت المجموعة محل دراسة كثير من رسائل الماجستير والتمخصصين حول التواصل الاجتماعي على الشبكة كما سلّطت الضوء على ما يسمى بالإعلام البديل وتأثيره على المجتمعات.

كذلك فإن موقع فيس بوك في السعودية قد كسر الكثير من الحواجز بين المسؤولين والمواطنين حيث بادر وزير الثقافة والإعلام الدكتور عبد العزيز خوجة بإنشاء حساب خاص به، تلاه وزير العدل الدكتور محمد بن عبد الكريم العيسى كما أن مجموعة كبيرة من أصحاب الرأي والضم والثقافة والرياضة ومشاهير آخرون في مجالات مختلفة يمتلكون حسابات خاصة بهم على الموقع ويتواصلون مع محبيهم مباشرة من خلاله.

يمكننا القول أيضاً بأن هذه الشبكات قد أسهمت في رفع مستوى الوعي لدى الشعوب، وتأكدنا من أنها هي مصدر الشرعية، تمنحها لمن تشاء وتزيحها متى بدا لها ذلك. وأن هذه الشبكات قد أفرزت قيما جديدة، لعل أهمها بالمطلق القبول بالآخر في تنوعه واختلافه وتباينه، مادامت المطالب موحدة والمصير مشترك. ويمكننا القول بالتحصيل، إن هذه الشبكات أبانت بأن ثمة شعوباً حية وبقظة، حتى وإن خضعت لعقود من الظلم والاستبداد.

❖ سمات مواقع التواصل

هنالك الكثير من السمات والميزات التي ساهمت في تضخم الدور الإعلامي لمواقع التواصل الاجتماعي في الوطن العربي ويمكن تلخيص أهم ما توصل اليه الباحثين في ما يلي:

1. مواقع التواصل الاجتماعي وسائل يستخدمها من يشاء، لنشر الأخبار والآراء بشكل مكتوب أو مسموع أو مرئي، متعدد الوسائط.
2. استخدم الشباب شبكات التواصل الاجتماعي للردشة وتفرغ الشحن العاطفية، ومن ثم أصبح الشباب يتبادلون وجهات النظر الثقافية والأدبية والسياسية.
3. عدّ مواقع التواصل الاجتماعي إلهاماً بديلاً، ويقصد به "الموقع الذي يمارس فيه النقد".
4. لا تمثل مواقع التواصل الاجتماعي العامل الأساس للتغيير في المجتمع، لكنها أصبحت عامل مهم في تهيئة متطلبات التغيير عن طريق تكوين الوعي.
5. أصبحت تتشكل بفضل شبكة الإنترنت فضاءات تواصلية عدة هي بمثابة امكنة افتراضية، وإن من مزاياها نهاية فوبيا المكان.
6. أنها فضاءات مفتوحة للتمرد والثورة - بداية من التمرد على الخجل والانطواء والنهاية بالثورة على الأنظمة السياسية.
7. أن المستخدمين يسعون أكثر لكسب رأسمال رمزي من وراء إخراطهم في هذا الإعلام أكثر من إخراطهم في تحقيق رأسمال مادي، ويمكن أن تزدهر فيه مبادرات المجتمع المدني.
8. تفتقر مواقع الاتصال الاجتماعي الى الوضوح، بالنسبة الى مجائته ومداها، وقد يعني هذا أن أشكال الإعلام الجديد تعكس علم الشك، والنسبية، والنوضى الأوصاف المشتركة للثقافة المعاصرة.
9. تتشكل الاجندة الإعلامية لمواقع التواصل الاجتماعي، عن طريق الأحداث البارزة التي تفرض نفسها.

10. إن التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الانترنت بل تولد في الشارع، وجاء الإعلام الجديد مكملًا له.

11. إن تخلف الديمقراطية وممارستها في الوطن العربي يعود إلى تخلف في فهم أوعية الديمقراطية ووسائلها في الفكر، ويؤدي هذا إلى تبذ انتشار الفكر وشيوعه وتداوله لأن التداول على السلطة ما هو إلا تداول على أفكار وتصورات ومناهج.

❖ ثقافة التغيير ودور شبكات التواصل في الثورات العربية:

إن نشوء هذا الفضاء الجديد من الحرية اسهم في التحول النوهي الذي طرأ على استخدام الشبكات الاجتماعية على الإنترنت، من كونها أداة للترفيه، والتواصل، إلى أداة للتنظيم والتنظيم والقيادة، ثم إلى وسيلة فعالة لنقل الحدث، ومتابعة الميدان، ومصدراً أولياً لوسائل الإعلام العالمية.

صحيح أن الإعلام وحده لا يصنع التغيير، وأن التغيير هو نتاج إرادة عامة، يحركها دافع الناس الطبيعي نحو هذا التغيير، والإعلام إنما هو أداة من مجموعة أدوات

إن الإرادة بدون وسائل الإعلام قد لا تساوي شيئاً، والعكس صحيح! فما جرى هو نتاج عوامل تفاعلت مع بعضها لتنتج لنا تغييراً بأسلوب لم يعهده عالمنا العربي من قبل، وغير أنماط حياتهم، مضافاً عليها مزيداً من التفاعل، والتواصل، فهل من سبيل إلى جهد منظم، لتوظيفه من أجل قضيتنا العادلة كما يفعل أصدائنا من أجل قضاياهم غير العادلة؟

وأصبحنا بفضل هذه الثورة أمام إعلام جديد لا يحتاج إلى أي رأسمال، كل رأسمالك هو هاتفك النقال وكاميرا وحاسوبك الشخصي. ولا يمكن لإعلام الجديد الاستغناء عن الإعلام التقليدي وأنه لن يتحقق له الراج إلا إذا استخدمه

الإعلام التقليدي وأشار إليه ونقل عنه، فالكثير من الأحداث كان المسبق فيها للمدونين أو لبعض المواقع الإلكترونية

إن الكثير من التلفزيونات اليوم يمكن توقف بثها المباشر وتعرض خدماتها على الإنترنت، وأصبح الكثير من القنوات التلفزيونية لديها حسابات مثلاً على الـ YouTube و Facebook و Twitter.

عند ظهور مواقع التواصل، فإن العرب إجمالاً قاموا باستخدامه أولاً، وقبل كل شيء، كأداة للطرح السياسي، وذلك لعدم وجود إعلام محايد أو مؤسسات للمجتمع المدني أو نشاط سياسي في الشارع العربي.

لكن هناك مبالغة في الدور الفعلي لمواقع التواصل في تغيير واقع السياسة. وإن دور أعضاء مجموعات فيس بوك أو المشاركون هو في غالب الأحيان رمزي، ولا يتعدى حدود الشكليات.

لذلك، فإن النشاط السياسي في الإنترنت لا يترجم بالضرورة إلى تغيير أو نشاط سياسي فعلي في الشارع العربي، وبالرغم من النشاط الكبير على الإنترنت في مصر إلا أن التغيير السياسي الحقيقي لم يولد في الإنترنت، بل قوِّد في الشارع، وجاءت مواقع التواصل مكملته له، وهذا بسبب الأمية التي تعاني منها الشعوب العربية.

لقد قامت مواقع التواصل الاجتماعي بدور ملموس في حشد وتوجيه المتظاهرين، لكنها لم تكن حاسم في تفسير الأحداث.

في مصر، استمرت المظاهرات بشكل كبير بعد قطع خدمات الإنترنت. وكذلك، في اليمن، يقتصر عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي على عدد صغير، لا يواكب حجم الأحداث في الشارع اليمني. لذلك، فإن حشد المتظاهرين وتوجيههم لم يتم بشكل اساس عن طريق مواقع التواصل. ولكن نقطة الاتفاق

الرئيس هي عن دور مواقع التواصل في إيصال صوت الشارع العربي الى أنحاء العالم، من دون شك، كان لأفلام يوتيوب "والنشاط التويتري" دور كبير في حشد الاهتمام الدولي لقضايا الاستبداد في بعض دول العالم العربي.

ولا يزال دور الحكومات العربية مواقع التواصل الاجتماعي عامضا، وقد يؤدي وجودها في مواقع التواصل الاجتماعي الى تغيير شكل المداولات السياسية. ففي المستقبل القريب، اذا كان هناك توظيف مثالي من قبل الحكومات العربية فسيكون هناك وجه آخر مختلف تماماً للأعلام عما نعيشه اليوم. وفي حال انخراط الناشطين في مؤسسات المجتمع المدني، فإن الطرح السياسي على تويتر وغيره سيصل الى مرحلة اكبر من النضج الفكري. سيؤسس المجتمع المدني الى خطاب سياسي جديد وسيكون له أثر في المداولات القائمة اليوم على مواقع التواصل الاجتماعي.

مواقع التواصل الاجتماعي باختصار مرحلة انتقالية من الركود الى الوعي السياسي، وبالتأكيد، مرحلة انتقالية في تغيير شكل الحكومات العربية والمجتمع المدني. لذلك، فإننا قد نرى في المستقبل القريب ركودا سياسيا في مواقع التواصل الاجتماعي، يعوض عنه بنشاط حقيقي في منظمات المجتمع المدني والعملية السياسية.

جيل التغيير هو المصطلح الذي يصبو إليه الشاب العربي، والذي سيقوم تدريجيا بالانتقال من الكتابة الشكلية على الانترنت الى التأثير الحقيقي في العملية السياسية، عند حدوث ذلك، فإننا سنشهد تحولا من كون مواقع التواصل الاجتماعي منبرا سياسيا الى أداة اجتماعية، وسيجد الخطاب السياسي مساحة اكبر وتأثيرا أوضح

وتتأتى القابلية على التغير من القدرة على ذلك، ومن الاستطاعة لإدراكه، أي ما تكن المعوقات، ويجند الفرد كما الجماعة بموجبه، قدرتهما على العطاء والتضحية، حتى وإن تطلب الأمر بلوغ ذلك، التسليم في الرزق أو الطموح أو الحياة، لأن المطلب أقوى بكثير. القابلية هنا لا تحتكم إلى مصلحة خاصة، فردية

ومباشرة، ولا تبنى على تطلع لإدراك هذه المنفعة الذاتية أو تلك، مادية كانت أو رمزية. إنها مصلحة الجماعة والمجموعة.

وما أفرزته الأحداث الجديدة في منطقة الشرق الأوسط، والتي لم يجر توصيفها علمياً بعد، هل هي ثورات شعبية، أم حركات تغيير، أم احتجاجات شعبية... تجاوزت الأطر الإيديولوجية لثيالاتها سابقاً، فما يحدث، نتج جراء اليأس الذي يصيب الشباب من أن الثروات المادية التي يملكها الحكام العرب، والتي يسخرها الغرب لمصالح شعوبه، ثم تأت بأي نفع على شعوبنا العربية، هذا اليأس المشترك لا يحتاج إلى أي فكر ثوري يشحن همم الناس بقدر ما يحتاج إلى مشاركة المختلفين في الرأي للمشاركة في الحال، وهذا ما ظهر واضحاً أن المظاهرات التي جرت في العراق ألغت عملياً مفهوم الطوائف والديانات والفتات القومية، وأعطت مثلاً أن مثل هذه التقسيمات هي من صنع السياسيين وليس من صنع الواقع العراقي.

علينا أن نفهم أن للتغيير ثقافته، ولا يمكن أن ن فرض على أي تغيير شعبي كبير ومتعدد الأطراف أية ثقافة مسبقة، شخصياً تابعت مواقف الأحزاب التقدمية من الأوضاع في تونس ومصر والعراق والسودان واليمن، فوجدت أن هذه الأحزاب تريت في المواقف، ولكنها أيدت التغيير، هي لا تريد أن تكون بديلاً عن حركات الشباب، وفي الوقت نفسه لا تريد أن تتسلم قيادة الشباب، فشعارات اليوم من المرونة والوضوح لم تجد لها بعد أرضية مفاهيمية، وقد شهدنا في ميدان التحرير في مصر كيف أن النقطة تحولت إلى شعاراته وكانت مؤثرة في استقطاب الإعلام، هذا الموقف الجدلي سيكون هو الأكثر صواباً من المواقف التي تقف ضد التغيير، أو تلك التي لا يعنىها التغيير. وبالتالي أكد لدينا في العراق هذه المواقف كلها، وعلى الشباب أن يعوا جيداً أن نجاح أية مواقف لا يعني نهاية الصراع، ومشروع الشباب الثوري دون غيره لا يقف عند إنجاز أو شكل حكم، بل يستمر دون توقف، لاسيما في منطقة لم تحصل من التقدم والحداثة إلا القليل.

❖ مواقع التواصل ليست بديلاً لوسائل الإعلام:

أجمع خبراء إعلاميون على ضرورة التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي باعتبارها أدوات مكملة للوسائل الإعلامية التقليدية وليست بديلاً لها، مؤكدين أنه رغم ما تمثله هذه الوسائل من أهمية إلا أنها تفتقد إلى حد بعيد للمصداقية والثقة التي يتمتع بها الإعلام التقليدي.

وبه جلسة حوارية بعنوان "الخبر في زمن الطفرة الرقمية" ضمن فعاليات اليوم الأول للندى الإعلام العربي دعا المشاركون إلى ضرورة التأكيد على الالتزام بالموضوعية والحيادية والمهنية الإعلامية بعيداً عن الدخول في أجندات سياسية أو مشاريع تخنم توجهات معينة على حساب أخرى.

وطالب هؤلاء وسائل الإعلام أن تتقن أصول التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي التي لن تكون بديلاً عن الإعلام، مع الحفاظ على أعلى مستويات الثقة لدى المشاهد أو القارئ، حيث تقع مسؤولية بناء هذه الثقة على هائق الجهات الإعلامية ذاتها وليس المتلقي ذاته.

وناقشت الجلسة العديد من المحاور المهمة المتعلقة بصنع الخبر في المستقبل والتطورات والتحوللات في بيئة عمل المراسلين الميدانيين وكيف أثرت على صناعة الخبر، فضلاً عن التصاؤلات بشأن تراجع مهنة المراسل الميداني التقليدي في المدى القريب.

وقال ظاعن شاهين، المدير العام لقطاع النشر، مؤسسة دبي للإعلام رئيس تحرير صحيفة البيان، أن الإعلام صناعة تختلف كلياً عن مواقع التواصل الاجتماعي التي تفتقد المصداقية والثقة إلى حد بعيد، كما أن الفكر بين الوسيطتين مختلف كلياً حيث إن الصحافة الورقية والوسائل الأخرى كالتلفزيون والراديو لديها تقاليد مهنية لا يمكن التخلي عنها، مؤكداً على ضرورة مواصلة الانضباط رغم سيل الأخبار المتدفق يوميا على غرف التحرير التي

باتت بدورها أكثر قدرة على البحث عن حقيقة الخبر رغم المصادر المتشعبة التي تتدفق منها الأخبار.

وأضاف أن الصحافة المكتوبة لديها مساحة لتحليل الخبر وإعداد للنشر في اليوم التالي، مشيراً إلى السيل المتدفق يومياً من الأخبار من مختلف المصادر جعل الصحفي متأخراً في إدراك ما يدور من أحداث مقارنة بما كان مجهوداً عنه في السابق بأنه أول من يعلم، بعد أن أصبحت المعلومة الإخبارية تأتي من الأفراد.

وعلى الرغم من ذلك، أكد شاهين على أن وسائل الإعلام الاجتماعي لم ولن تكن بديلاً أبداً عن الإعلام التقليدي، في هذه الوسائط ربما تنقل الصورة لكنها لا تستطيع أن تنقل أو تنظر إلى خارج الإطار، مشيراً إلى إذا كان ذلك صحيحاً لاضطرت الصحف والمحطات التليفزيونية لإغلاق أبوابها.

أما نادية أبو المجد، مدير تحرير حرفة الأخبار قناة "مصر العربية" فشددت على ضرورة الالتزام بأعلى المعايير المهنية والأخلاقية والمصادقية في العمل الإعلامي العربي، بعيداً عن الأهواء والميول السياسية والشخصية، وأنه يجب على الصحافي أن يتجرد من عواطفه وميوله عند كتابة الخبر.

وقالت أن قواعد المهنة لا تختلف من وسيلة إلى أخرى، لكن ما حدث بسبب الحراك السياسي الذي شهدته المنطقة أوجد مناخاً جديداً يصعب معه عزل المشاعر عن الخبر، حيث بات الصحفي ناشطاً سياسياً ومفرداً ومعارضاً وبطلاً قومياً في زمن السباق إلى الشهرة، مما أثر على القواعد المهنية، مؤكدة أن الصحفي يجب أن يظل صحفياً بعيداً عن هذه التزامات، في حين تضع حياتنا في خطر لنقل الحقيقة في زمن الحروب والتزامات هذا يجب أن تكون مهنيين في هذه الظروف أكثر من أي وقت مضى، وذلك رغم الضغوط التي تفرض بهدف معارضة الدولة.

من جهته اعتبر ثائر سوقيار، مدير الاستراتيجيات الرقمية، قناة "سكاي نيوز عربية"، ومواقع التواصل الاجتماعي وسيلة مؤثرة في التعبير والتعبير وأداة

لوسائل الإعلام لجمع الأخبار، خاصة وأن بعض الجهات والمؤسسات الدولية تستخدمها كوسيلة لنشر الأخبار مشيراً في هذا الصدد إلى وصول خبر التعديل الوزاري في الإمارات عبر هذه القنوات قبل أن يصل إلى وسائل الإعلام، الأمر الذي يزيد من أهمية هذه الوسائل.

وأكد أن هذه القنوات والوسائل باتت حقيقة لا يمكن أن يغفلها أحد، لهذا يجب التعامل معها باعتبارها "العدو الصديق"، مشيراً إلى أن هذا الواقع يزيد من أهمية الإعلام في تعميق الخبر وتحليله، وأن هذه وسائل الإعلام الاجتماعي ليست بديلاً عن الإعلام التقليدي بل تعد مكملة لها وفقاً لإجماع الخبراء.

وشدد على أهمية ألا يتعد الحرص على السبق في الأخبار خاصة في مناطق الأحداث الملتهبة، إلى الترويج لأخبار مضللة وغير دقيقة، لكن هذا لا يعني صدم الاعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي التي تعد المصدر الأكثر شيوعاً للوصول إلى الخبر في سوريا حالياً.

وقال أن هذا الأمر يستلزم التحقق من الأخبار ومصادرها وفرض مزيد من الضغوط للتحري عن الخبر عبر استشارة أكثر من مصدر قبل نشره.

أما سامية نخول، محررة منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا وتركييا، طومسون رويترز، فرفضت ما يسمى بالإعلام البديل وقالت إن عملنا كمجاهدين يفرض علينا نقل الخبر الصحيح والدقيق بعيداً عن الأجندات السياسية والأخبار والفيديوهات "المفبركة" في زمن تتزاحم فيه مصادر الأخبار والمعلومات، لهذا علينا التحقق من الخبر بالالتزام بأعلى معايير المهنية، مؤكدة أن دور الإعلام أكبر بكثير من خلال الرصد والتحليل واعطاء الخبر بعداً أعمق.

وأكدت أنه لا يوجد بديل عن تواجد الوسائل الإعلامية والمراسلين لها على الأرض بأي وسيلة، فلا يمكن أن نكتب عن واقع وما يحدث فيها عن بعد وبدون أن

نتواجد في مواقع الأحداث موضحة أن الوكالات العالمية تخسر مراسليها في الحروب بحثا عن دقة الخبر.

بدورها رصدت ريماء مكتبي، مراسلة قناة العربية، غير تجرئة على الأرض قامت بها في زيارة إلى سوريا والالتقاء بعدد من المراسلين المواطنين، مشيرة إلى أنهم يلعبون دورا مهما في بعض الأوقات في المساعدة على نقل واقع يصعب للمراسلين والتقنوات الوصول إليه أحيانا بسبب القيود التي قد تفرض على الصحفيين والإعلاميين ومنعهم من الدخول للمواقع وإغلاق محاطتهم وتهديدتهم في كثير الأحيان، مؤكدة ضرورة مطالبة الحكومات بتسهيل وصول الصحفيين إلى مواقع الأحداث.

« الوحدة الخامسة عشر »

خدمات البث باستخدام الهاتف المحمول

الوحدة الخامسة عشر

خدمات البث باستخدام الهاتف المحمول

❖ تعريف الهاتف المحمول:

الهاتف المحمول أو النقال أو الخليوي أو الخليوي أو الجوال أو المتحرك (تعريب من الموبايل أو المورتابل) هو أحد أشكال أدوات الاتصال والذي يعتمد على الاتصال اللاسلكي عن طريق شبكة من أبراج البث الموزعة ضمن مساحة معينة.

❖ تطور الهاتف المحمول:

مع تطور أجهزة الهاتف النقال أصبحت الأجهزة أكثر من مجرد وسيلة اتصال صوتي بحيث أصبحت تستخدم كأجهزة الحاسوب الكفّي للمواعيد واستقبال البريد الصوتي وتصفح الشبكة والأجهزة الجديدة يمكنها التصوير بنفس نضاء ووضوح الكاميرات الرقمية كما قد أصبحت الهواتف النقال أحد وسائل الإعلان كذلك وبسبب التنافس الشديد بين مشغلي أجهزة الهاتف النقال أصبحت تكلفة المكالمات وتبادل المعطيات في متناول جميع فئات المجتمع. لذا فإن عدد مستخدمي هذه الأجهزة في العالم والعالم العربي يتزايد بشكل يومي ليحل محل أجهزة الاتصال الثابتة.

ويعود تاريخية إلى عام 1947 عندما بدأت شركة لوست تكنولوجيز التجارب في عملها بنيو جرزي الأمريكية ولكنها لم تكن صاحبة أول خلوي محمول بل كان صاحب هذا الإنجاز هو الأمريكي مارتن كوير الباحث في شركة موتورولا للاتصالات في شيكاغو حيث أجري أول مكالمة به في 3 أبريل عام 1973.

المبدأ الرئيس في الهاتف النقال يعتمد على دائرة استقبال وإرسال عن طريق إشارات ذبذبية عبر محطات إرسال أرضية ومنها فضائية تماماً مثل إشارات المذياع لكن الخليوي وشبكاته الأرضية يختلف عنهم وإشارات ذبذبية مثل رسم القلب

تصاعدي وتنازلي وهي قوية جدا تصل إلى MZ 20 إرسال واستقبال في الثانية الواحدة أما عن طريقة الاتصال فتكون عن طريق دائرة متكاملة تكمن في المحمول الشخصي والموسيقى الرئيسي الخاص بالشركة والخط (بطاقة السيم) وهي بطاقة صغيرة بها وحدة تخزين صغيرة جدا ودقيقة ووحدة معالجة تخزين بها بيانات المستخدم الذي يستخدمه للاتصال بالآخرين.

أما من خواص المحمول فيتكون من دائرة استقبال وإرسال ووحدة معالجة مركزية وفرعية ورامنة وفلاش لتخزين المعلومات ويمكن كتابة الرسائل القصيرة والاستمتاع بخواص المحمول وهي:

- الاتصال بالآخرين ورؤيتهم عن طريق الجيل الجديد من الأجهزة dct4 المزودة بقمرة دقيقة.
- يمكن إرسال الرسائل القصيرة لأي مكان في العالم.
- التسلية بالألعاب ومكنا الألعاب الجافا الحديثة.
- التصوير حيث ان اغلب الأجهزة الخلوية مزودة بكميرا رقمية تصور بطريقتي الصور الفوتوغرافية أو تصوير الفيديو.
- الاستماع إلى ملفات صوتية بامتدادات مختلفة (مثل ogg.wav.mp3) والاستماع إلى المنياع ومسجل الصوتيات وغيرها من الألعاب المشتركة بين الأجهزة وعبر خطوط الشبكة.
- في الأجهزة الحديثة بات بالامكان الاستماع لأي إذاعة عالمية أو مشاهدة أي قناة تلفزة عالمية أو حتى تصفح أي جريد وصحيفة عالمية.

❖ خدمات البث عبر الهاتف الجوال:

كما ذكرنا في وحدة سابقة خدمات البث عبر الهاتف الجوال، وتشمل ثلاثة أقسام رئيسية:

1. البث الحي على الهاتف الجوال.

2. بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـ MMS ، وغيرهما.
3. بث خدمات الأخبار العاجلة.

وفي ما يلي نظرة مبسطة عنها:

1. البث الحي على الهاتف الجوال:

ويشمل قسمين رئيسين هما البث الاذاعي والبث التلفزيوني

(أ) البث الاذاعي:

بدأت هذه الخدمة بالتطور الكبير الذي شهده إنتاج الهاتف المحمول، حيث بات الهاتف المحمول جهازاً متعدد الوظائف، فهو هاتف ومشغل موسيقى، وكاميرا ومنبه وغيرها، بالإضافة لكل تلك الوظائف فأصبح بالإمكان استقبال الاذاعات عبر موجات الراديو القصيرة والطويلة.

ومع التطور الكبير الذي حصل في عالم المحمول ومع ظهور ما يسمى بأجهزة الجيل الثالث 3g أصبح الآن بإمكان المستخدم تنزيل تطبيقات تسمح له بالاستماع لأي إذاعة في العالم بواسطة الانترنت وببث عالي الجودة.

(ب) البث التلفزيوني (Mobile TV)،

Mobile TV أو تلفزة الجوال، وهي تقنيات استقبال البث التلفزيوني التي يدعمها الجوال.

تلبيث التلفزيوني عبر المحمول شكلين رئيسيين هما:

- يعتمد الأول على شبكات الجيل الثالث 3g لتؤمن كلاً من الاستقبال الحي للبرامج أو استقبال البرامج بناءً على الطلب. كما يستطيع المستخدم تسجيل البرامج التي استقبلها لإعادة مشاهدتها متى شاء. ويتطلب ذلك

قيام شركة الاتصالات ببيت الأقنية التي تختارها عبر شبكة الجيل الثالث التابعة لها.

- أما النوع الثاني فيستقبل البث التلفزيوني الأرضي فقط ولا يتطلب من بث البرامج عبر شبكة الجيل الثالث.

❖ أهم التقنيات المستخدمة في البث التلفزيوني عبر الهاتف المحمول:

• تقنية DVB-T:

وهي تقنية أوروبية للبث التلفزيوني الأرضي، لم تصمم أصلاً لبث التلفزة إلى الجوال، ومع ذلك فإن العديد من المنتجين استطاعوا استقبال إشارة الـ DVB-T وحرصوا على جوالاتهم. ونظراً لأن الـ DVB-T لم تصمم للجوال، فإنها تستهلك قدرًا كبيراً من طاقته.

أما الجانب الجيد فيها فهو أنها لا تتطلب من شركة الاتصالات بث أقنية التلفاز على شبكتها، وبالتالي فلن يضطر المستخدم إلى دفع المال لمشاهدة برامج التلفاز على جواله، لكنها بالتأكيد تتطلب من قنوات التلفاز المحلية أن تبث برامجها على الـ DVB-T وهذا الأمر محقق في جميع الدول الأوروبية كما في العديد من دول الشرق الأوسط والأقصى.

• تقنية DVB-H:

وهي تقنية بث التلفزة إلى الجوال، قامت نوكيا بتطويرها واعتمدها معهد الاتصالات الأوروبي منذ عام 2004. وعلى خلاف الـ DVB-T فقد صممت الـ DVB-H خصيصاً للجوال مع مراعاة طاقتها المحدودة، حيث استطاعت الجوال المستقبلة للـ DVB-H أن تستهلك عُشر الطاقة التي تستهلكها جوال الـ DVB-T كما تختلف التقنيتين عن بعضهما في طريقة العمل، إذ تقوم شركة الاتصالات باستقبال البث الحي للأقنية التي تختارها (فضائية أو أرضية) وإعادة

بنها على شبكتها من الجيل الثالث لتتمكن الجوالات المتمتعة بميزة استقبال الـ DVB-H والمشاركة في هذه الخدمة من استقبال البث الحي لتلك التقنية.

• تقنية MediaFlo

وهي تقنية بث التلفزة إلى الجوالات التي طورتها شركة كوالكوم الأمريكية. وكما هو الحال في الـ DVB-H فإن شركات الاتصالات التي تبث التلفزة بواسطة الـ MediaFLO تقوم أيضاً باستقبال القنوات التي تختارها لتعيد بثها على شبكتها من الجيل الثالث. لكنها تمتاز على الـ DVB-H بأنها توفر للزبائن إمكانية طلب مشاهدة البرامج التي يرغبونها على جوالاتهم متى شاؤوا. تطبق الـ MediaFLO حالياً في الولايات المتحدة كما يجري التخطيط لتطبيقها في اليابان.

• تقنية Sprint TV

وهي خدمة استقبال البث التلفزيوني على الجوال والمدمجة من قبل شركة سبرينت، توفر هذه الخدمة كل شيء من أخبار ورياضة وطقس وبرامج أطفال وتوفر أيضاً خدمة مشاهدة البرامج حسب الطلب.

❖ نظرة على واقع البث التلفزيوني عبر المحمول:

نظراً إلى التحول الذي ظهر أخيراً على سلوكيات المستهلك نتيجة تطور وتبني عدد من التقنيات المختلفة، يشهد الواقع الإعلامي الذي يتسم بالتفاعلية والطابع الشخصي نمواً ملحوظاً. وقد جاء هذا السوق بالتحديد كنتيجة متوقعة لتقنيات المعلومات والاتصالات الرقمية، إلى جانب الانتشار الواسع للشبكات والأجهزة ذات الكفاءة والقدرة العالية، التي كانت جميعها كفيلة بخلق سوق عمل جديد وحاجة ملحة لإعادة النظر بأهداف السياسات ذات العلاقة.

وفي هذا الشأن يؤكد المختصون أن هذه التغيرات الجوهرية الحاصلة في عالم التكنولوجيا والأعمال تدعو إلى إجراء بعض التعديلات والتغيرات على أنظمة القطاع الموجودة حالياً، والتي غالباً ما تكون غير مترابطة.

بات من الضروري على القطاعات المترابطة إلى العمل يداً بيد مع مزودي ومجمعي المحتوى التلفزيوني والفيديو على حد سواء، لتعديل خدماتهم، بحيث تلبي رغبات المستهلك وحاجاته وسلوكه، وذلك لكي يتمكنوا من تقديم عروض تلفزيون وفديو مرغوبة وتاجمة. ولكي يتسنى تحقيق ذلك، فإنه لا بد على القطاع من مراجعة واستعراض الأنظمة الحالية التي تحكم العروض المطروحة في السوق بحيث تعكس واقع هذا القرن الرقمي

في دراسة أجرتها شركة إريكسون في هذا الخصوص، كشفت بأن المستهلك يستخدم المزيد من القنوات للتواصل، ولديه الآن أدوات وقنوات أكثر لاستقبال المواد الإعلامية والقيام بمهام عدة في الوقت عينه. وما يدل على ذلك ارتفاع عدد مستخدمي شبكات الاتصال عبر الإنترنت؛ ففي الولايات المتحدة على سبيل المثال بلغ عدد مستخدمي مثل هذه الشبكات 85.9 مليون مستخدم يشكل المراهقون جزءاً كبيراً منهم.

هذا وقد أشارت إحدى الدراسات إلى أن 75% من المراهقين في الولايات المتحدة يستخدمون مواقع الشبكات المباشرة للتواصل عبر شبكة الإنترنت، ومما يثير الدهشة ما وجدته شركة إريكسون حول قضاء أحد مقدمي طلبات العمل للشركة، والذي يبلغ من العمر 21 عاماً، 10,000 ساعة في التحدث عبر الهاتف النقال، و3500 ساعة في التواصل عبر الإنترنت.

وهكذا أصبح المستهلك من العناصر القوية وذات الثقل في المحتوى المقدم عبر الإنترنت. ووفقاً لعم، فقد تمكن المستهلك من تعزيز سيطرته على المحتوى الإعلامي الذي يتابعه، بحيث أصبح بإمكانه اختيار ما يريد متابعته في الزمان والمكان وعبر الجهاز الذي يريده، أي بمعنى آخر تخصيص استهلاك المواد الإعلامية.

وأشارت الدراسات إلى أن 45% من مستهلكي المواد الإعلامية في الولايات المتحدة يمتلكون محتوى إلكتروني عبر الإنترنت، وتشير تقديرات إريكسون أنه وبحلول العام 2020 سيكون هناك حوالي 50 مليار جهاز قابلة للتواصل. ومن المتوقع أن يرتفع حجم سوق الدفع عبر النقال سوق دفعات الهاتف النقال ليصل إلى أكثر من 600 مليار دولار بحلول العام 2013، وأن تصل قيمة الإعلانات عبر شبكة الإنترنت إلى 50 مليار دولار بحلول العام 2012.

تجدر الإشارة إلى أن الاختيارات الفردية لا زالت تسيطر على بعض العلامات التجارية الضخمة في قطاع الإعلام، وبحسب دراسة أجرتها إريكسون يبقى الهاتف النقال الخيار الرئيس والأول. إن نتائج هذه الدراسة كافية بالتأكيد على توقعات إريكسون التي تشير بأن الجهاز النقال سيصبح الأداة الرئيسة للدخول على شبكة الإنترنت بحلول العام 2020. ومع النمو الاستثنائي في أعداد مستخدمي الشبكة، لا تزال تطلع إلى القوة الناتجة من الجمع بين الإنترنت والأجهزة النقالة.

2. بث الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمة الـ SMS والـ MMS .

في هذه الخدمة تقوم الشركات بالاتفاق مع شركات الدعاية والإعلان المختصة بإرسال رسالة معينة سواء كانت تسويقية وترويجية أو إعلامية لمستخدمي الهاتف المحمول في منطقة جغرافية معينة:

- مميزات استخدام نظام الترويج من طريق رسائل الهاتف الجوال (SMS)

وفيما يلي سرد موجز لبعض مزايا هذه الخدمة:

- انخفاض التكلفة وأرخص من وسائل أخرى مثل الراديو والتلفزيون.
- حفظ النص الترويجي، وهذا النظام يمتاز من الإعلانات التجارية في الراديو والتلفزيون بأن الرسائل المرسله عادة يتم تخزينها في ذاكرة هاتف العميل: حيث يمكنه الرجوع لها وقت ما يشاء.

• سلبية استخدام نظام الترويج عن طريق رسائل الهاتف الجوال (SMS)

” تكمن السلبية الرئيسية في هذه الخدمة أن بعض متلقي هذه الرسائل يحذفونها دون قرائتها.

3. بث خدمات الأخبار العاجلة.

بهذه الخدمة تقوم المؤسسات المختصة بإرسال آخر الأخبار على هاتف العميل بمقابل مادي عن طريق رسائل ال SMS أو عن طريق الرسائل المصورة أو حتى بطريقة الفيديو.

تتميز هذه الطريقة بإمكانية تحديد نوع الأخبار التي ترغب في تلقيها أو التركيز عليها بإمكان العميل طلب هذه الخدمة لأخبار الرياضة فقط أو أخبار الطقس أو الأخبار المختصة بالعالم العربي وغيرها من أشكال الأخبار.

« الوحدة الجامعة عشر »

واقع الإعلام الإلكتروني
وتأثيره على الإعلام التقليدي

الوحدة السادسة عشر

واقع الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي

❖ التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإلكتروني:

هناك جدال واسع بين جميع الأوساط الإعلامية والسياسية والثقافية بل وعلى المستوى الشعبي حول أهمية الدور المتنامي للإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي، والتعرف على أهم مميزات هذا الدور، والتعرف على جوانب ونقاط القوة والضعف في الإعلام الإلكتروني، وكذلك استشراف مستقبل الإعلام التقليدي ومدى استجابته لهذه المدخلات، ومواكبة التطور المتلاحق لوسائل الإعلام غير التقليدية، ومحاولة إيجاد المساحة المشتركة بينهما لتطوير العمل الإعلامي بشكل عام سواء في الإعلام التقليدي أو الإعلام الإلكتروني.

- إن المشهد الإعلامي بشكل عام يفرض على المختصين تفكيراً عميقاً بخصوصياته، وعولته، وآفاقه، مما يتطلب التعرف على أهمية الدور الإعلامي، وتأثيره على حرية التعبير وتداول المعلومات.
- ثورة الإعلام الاجتماعي وتقناته بنت أكثر تأثيراً من الإعلام التقليدي، سواء الصحافة الورقية، والإذاعة والتلفزيون ... إلخ. وهي أساس التواصل المجتمعي، وتبادل المعلومات.
- انبعت في خصائص مكنة وسيلة لاستخلاص النتائج ووضع تصورات مستقبلية للتعامل مع الوسائل الإعلامية بكافة أشكالها.

في البداية ويحد أن نعرفها في فصول ووحدات سابقة لمفهوم الإعلام الإلكتروني فلا بد من التفكير والتعريف بمعنا الإعلام التقليدي.

❖ مفهوم مصطلح الإعلام:

إن كلمة إعلام إنما تعني أساسا الإخبار وتقسيم معلومات، أن أعلم، ويتضح في هذه العملية، عملية الإخبار، وجود رسالة إعلامية (أخبار - معلومات - أفكار - آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، أي حديث من طرف واحد، فهو في نفس الوقت يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة.

بذلك فإن الإعلام يعني "تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو الخير لأنفسهم والمجتمع الذي يعيشون فيه. كما يعني المصطلح "تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة للناس، والحقائق التي تساعد على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور.

• الإعلام لغة،

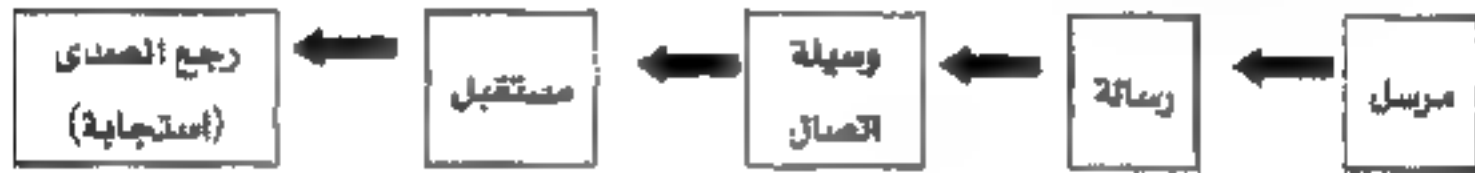
هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم الشاهد الغائب، ويقال: أمر الله ببلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى (إن الله بالغ أمره) أي نافذ يبلغ أين أريد به.

• تعريف الإعلام التقليدي:

هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة.

"أوتوجروت" الألماني يعرف الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه. وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الفرائز أو هكذا يجب أن يكون. وقد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات وأساليب إثارة الفرائز، ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة، أو التي تثير الفرائز وتهيج شهوة الحقد، وأسباب الصراع، فتحط من مستوى الناس، وتثير بينهم عوامل التفرق والتفكك لخدمة أعداء الأمة، وحينئذ يتجه إلى فرائزهم لا إلى عقولهم، وهذا ما يجري في العالم الإسلامي من خلال جميع وسائله الإعلامية باستثناء بعض القنوات التلفازية، والمجلات الإسلامية؛ لهذا فالتعريف العلمي للإعلام العام يجب أن يشمل النوعين حتى يضم الإعلام الصادق والإعلام الكاذب، والإعلام بالخير، والإعلام بالشر، والإعلام بالهدى، والإعلام بالضلال. معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر موضوعيا أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لفرائزها. ومهما اختلفت التعريفات في تحديد مفهوم الإعلام، إلا أننا نتفق على أنها "الوسيلة الرئيسية التي تقوم بالاتصال بين البشر من خلال أهداف محددة توضع عن طريق تخطيط متقن، بغرض التعريف عما يجري في العالم من أخبار وأنباء عن مختلفة سواء سياسية أو

اقتصادية أو اجتماعية أو دينية أو ثقافية أو ترفيهية، إشباعا لרغبات البشر في فهم ما يحيط بهم من ظواهر". وبشكل آخر "الإعلام هو عبارة عن استقصاء الأنباء الآنية ومعالجتها ونشرها على الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة". وتعتمد النظرية الإعلامية سواء بشكلها التقليدي أو الإلكتروني أو الحديث أو الإعلام الجديد كما يطلق عليها بعض الباحثين على نظرية الاتصال المعروفة منذ العالم أرسطو حتى الآن وهي عناصر الاتصال. وتعتمد جميع الوسائل الإعلامية على نظرية الاتصال المعروفة:



❖ أشكال الإعلام التقليدي:

تشمل وسائل الإعلام التقليدية الإذاعة – التلفزيون – الصحف المطبوعة، المجالات.

وهي تلك الوسائل المملوكة إما للدولة، وأما للمؤسسات الإعلامية الخاصة أو الجمعيات أو الأفراد. وتختلف نظم الإعلام باختلاف الأنظمة الإعلامية من دولة إلى أخرى، لأسباب بعضها يتعلق بالإمكانيات البشرية والتقنية، وأخرى ترتبط بعناصر رقي المجتمع وتطوره في المجالات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية، لذلك فإن الأسلوب التي تعمل به وسائل الإعلام في أي بلد يعكس النظام السياسي والاجتماعي ونفوذ السلطة وطبيعة العلاقة التي تربط أفراد المجتمع بالمؤسسات الإعلامية.

أصبح الإعلام الإلكتروني المصدر الثاني بعد الفضائيات في الحصول على المعلومة فيما يُرصد تراجع الصحافة المطبوعة والإذاعية. ويتوقع أن تحتل المواقع الإلكترونية المرتبة الأولى في فترة قريبة بعد تمكنها من مزج الصوت والصورة في صفحاتها.

للصحافة الإلكترونية أهمية بالغة في حياتنا السياسية والاجتماعية والاقتصادية وفي جميع نواحي الحياة. وقد تطورت تكنولوجيا الاتصالات بشكل هائل نتيجة التطور التقني وانتشار المعلومات بسرعة فائقة حتى استطاعت أن تبصر القارات وتخطى الحدود.

❖ مقارنة بين الاعلام التقليدي بالاعلام الالكتروني،

يرفض البعض المقارنة بين الاعلام التقليدي والإلكتروني من منطلق أن الاعلام التقليدي والصحافة بالذات هو اعلام بالمعنى العلمي والواقعي للكلمة وأن الاعلام الإلكتروني والصحافة الإلكترونية بالذات مجرد وسيلة للنشر وجميع النصوص والمقالات والأخبار والصور وبشكل آلي مجرد من المشاعر والإبداع والفاعلية.

أما الطرف الآخر فيرى أن الاعلام الإلكتروني مكمل لدور الاعلام التقليدي والصحافة الورقية والمطبوعة والتلفزيون والراديو وباقي وسائل الاعلام وليس هناك صراع بينهما إلا أن التمويل أصبح الآن من آليات نجاح تلك الصحف في شكلها الحديث، وثقافة الإنترنت أصبح لها جماهيرها وشمبيتها وهي في ازدياد مطرد على العكس من قراء الصحف والكتب وتراجع اعداد مشاهدي التلفزيون تدريجيا.

ظهرت الصحافة الإلكترونية لأول مرة في منتصف التسعينيات الميلادية، لتشكل بذلك ظاهرة إعلامية جديدة ارتبطت مباشرة بعصور ثورة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وبعد ظهور الاعلام الإلكتروني وتطوره السريع لاحظ الجميع

سواء المختصين أو الجمهور والمتابع العادي العديد من الفروقات بين النمطين أهمها:

- مشهد إعلامي أكثر انفتاحاً:

أصبح المشهد الإعلامي والاتصالي الدولي أكثر انفتاحاً وسعة، حيث أصبح بمقدور من يشاء الإسهام في إيصال صوته ورأيه لجمهور واسع من القراء دونما تعقيدات مثل ما يحصل في الصحافة الورقية مثلاً وموافقة الناشر في حدود معينة.

- تخطي حدود الجغرافيا:

لقد كان لذلك أثر كبير على الحريات الصحفية بشكل غير مسبوق، بعد أن أثبتت الظاهرة الإعلامية الجديدة قدرتها على تخطي الحدود الجغرافية بيسر وسهولة.

- سهولة التعامل مع الإعلام الإلكتروني:

كانت بداية الصحافة الإلكترونية مجرد مواقع تحتوي على مقالات وموضوعات وأفكار وأطروحات ورؤى بسيطة. وتحتيداً انطلقت من منتديات الحوار التي تتميز بسهولة تحميل برامجها وبساطة تركيبها.

يكفيك أن تقوم بتحميل هذه البرامج المجانية في الغالب ورفعها لموقعك، ليبدأ بعدها الموقع في العمل وفي اجتذاب عدد كبير من الزوار. وقد نجحت هذه المنتديات في جذب واستقطاب المتصفحين الذين يضمون فيها آراء وأفكاراً حرة غير خاضعة للرقابة، ومن خلالها بدأ أصحاب الرأي الواحد يشكلون فيما بينهم مجموعات داخل المنتديات التي يتبادلون خلالها الحوارات. وبالطبع فإن الحرية التي تميزت بها الإنترنت وعدم السيطرة عليها في البداية وسرعة تداول المعلومات هو الذي حفز الجميع للاهتمام بالإنترنت وتعلم استخدام الكمبيوتر.

- الإعلام الإلكتروني اعلام تفاعلي

يتمتع القارئ والكاتب على الإنترنت بتفاعل مباشر إذ يمكنهما أن يلتقيا في التو، وبحرية كبيرة بخلاف الصحافة الورقية التي تكون بالعادة قد تم تعديل مقالاتها من قبل الناشر لأكثر من مرة حتى يكون وفقاً لسياسة الصحيفة. وتتيح الصحافة الإلكترونية إمكانية مشاركة مباشرة للقارئ في عملية التحرير من خلال التعليقات التي توفرها وتنشرها للقراء.

وتتمتع بسرعة فائقة في تلقي الأخبار العاجلة وتضمن الصور وأفلام الفيديو مما يدعم مصداقية الخبر، وكذلك سهولة تداول البيانات على الإنترنت بفارق كبير عن الصحافة الورقية التي يجب أن تقوم بانتظارها حتى صباح اليوم التالي أو حتى الفضائيات والراديو التي يجب أن تنتظر في عضها مواعيد معينة لنشرات الأخبار

- التكاليف:

في هذا الجدول مقارنة بسيطة للتكاليف بين الاعلام التقليدي (صحيفة من سبيل المثال) والاعلام الإلكتروني:

الاعلام الإلكتروني (صحيفة الكترونية)	الاعلام التقليدي (صحيفة مثلا)	البند
تكاليف تكاد تكون معدومة حيث ان اغلب النول لا تتطلب اجراءات ترخيص	تحتاج لتكاليف مالية ضخمة بدءاً من الحصول على ترخيص مسروراً بالإجراءات الرسمية والتنظيمية	الترخيص والاجراءات التنظيمية
كل ما تحتاجه هو حاسوب بالاضافة الى بعض البرمجيات	من تكاليف المعدات في الصحف - الورق - ماكينات الطباعة - أماكن تخزين قبل النقل - وسائل نقل لتوزيع الصحف	المعدات

البند	الاعلام التقليدي (صحيفة مثلاً)	الاعلام الالكتروني (صحيفة الكترونية)
العمال في الصحيفة	ان الصحيفة بحاجة الى - عمال للطباعة - عمال لنقل الصحف وترتيبها داخل المطبعة - عمال توزيع الصحف	لا تحتاج الى عمال
المقر	يجب ان تملك الصحيفة مقر يتسع للعمال فيها ويكون قريب من المطبعة لتسهيل التنسيق	ويمكن إصدار الصحف الإلكترونية بفريق عمل متفرق في أنحاء العالم دون الحاجة لمقر محدد.
التدعيم والتوزيع	الصحف الورقية تحتاج لجهود كبيرة لتوزع محلياً وفي قطر واحد ومجموعة من المختصين في هذا المجال	يتم متابعتها بواسطة الشبكة بهذا لا تحتاج الى تكاليف

❖ مصادر التمويل الاعلام الالكتروني:

1) الإعلانات التجارية

كانت وسائل الإعلام القديمة تعتمد على الإعلانات التجارية في تمويلها اهتماماً رئيسياً، وكذلك الحال في الاعلام الالكتروني، فمن أهم مصادر التمويل فيها الإعلانات التجارية التي تعلن على الموقع، وتقاس أهمية الإعلان بعدد الزوار للموقع، فكلما كان العدد أكبر كان الإعلان أرفع من ناحية السعر، ولكن يظل الإعلان في وسائل النشر الإلكتروني أرخص منه في وسائل النشر الأخرى:

← واقع الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي
التأكد من مصداقية وموضوعيتها، والبعد عن التجريح، واستخدام الألفاظ النابية
في المواقع الإلكترونية.

• القصور في الاعلام الالكتروني العربي:

لم يصل الاعلام الالكتروني العربي لدرجة النضوج فهو مفارقات وتناقضات
كثيرة منها:

- عديد من وسائل الاعلام الالكتروني يقف خلفها مجموعة أفراد، ليس لهم
علاقة بالصحافة ولم يطوروا قدراتهم من خلال دورات صحافية أو عمل
ميداني صحفي أو بالانضمام لإحدى الصحف المحلية.
- عديد من وسائل الاعلام الالكترونية العربي تسرق من سبق الالكترونية
الأخبار وتعيد صياغتها وتأتي صحيفة أخرى وتسرق لكن بدون إعادة
الصياغة لأنها أصبحت استولانة مشروعة ومكشوفة))
- هكارة الصحف الالكترونية تكمن في جهل التحرير الصحفي وفنونه، فقد
مكتبت على سبيل المثال صحيفة الكترونية: (غطست طارات السيارة في
الرمال) والصحيح أن الفطس في الماء ولا يكون في الرمال))

❖ الاعلام الالكتروني والتقليدي في الوطن العربي:

يرتبط انتشار الصحافة الالكترونية بنمو ظاهرة الانترنت ووصولها الى
أكبر عدد من المستخدمين في أماكن العمل والمنازل والمراكز الخاصة بالانترنت،
وهو الأمر الذي يفسر أسباب انتشار الصحافة الالكترونية في البلدان القنية قبل
الدول الأخرى وخصوصاً في الولايات المتحدة التي يشترك 70% من سكانها بشبكة
الانترنت.

إن مواقع الاعلام الالكتروني هبر الانترنت يبدأ إصدارها في مطلع العام
2000 بصور صحيفة (الجريدة) في أبو ظبي في الأول من كانون الثاني من ذلك

العام، وصدرت بعدها عدة صحف الكترونية أخرى، من أهمها: اتجاهات (سعودية)، باب ويوابة (الأردن) اسلام اون لاين (مصر)، لكن المشكلة كونه بعضها مجرد مواقع اختيارية أكثر من كونها صحفاً بالمعنى الذي استقر للصحف الالكترونية.

وبرغم أن مواقع الاعلامية العربية التي في الوطن العربي تسعى الى تقديم خدمات على نفس النمط الذي عرف عالمياً، وتشهد تطورات وتحديثات مستمرة إلا أن تجربة هذه الصحافة في الوطن العربي تعترضها بعض المصاعب أو الاخفاقات ومن بينها:

1. قلة المستخدمين العرب بسبب ما أشرنا اليه من محدودية انتشار تقنية الانترنت وتوزيعه غير المتكافئ في الوطن العربي (مع الإشارة الى تناقص في هذه المشكلة بسبب التطور السريع الذي تشهده وسائل الاتصالات وقطاع الانترنت بشكل خاص).

2. نقص العاملين من صحفيين ومهنيين وتقنيين ذوي صلة بمهنة الصحافة ويتقنون في الوقت ذاته مهارة اصدار الصحيفة على الانترنت من الناحيتين التحريرية والتقنية

3. ظاهرة القصر واللصق والنشر التلقائي للخبر الوارد من وكالات الانباء أو من المصادر الأخرى دون تمحيص بمضامين الخبر التي قد تكون غير دقيقة أو غير منسجمة مع الرؤية العربية للأحداث والقضايا المختلفة وهو أمر يعوق الى إمكانيات البث السريع عبر الانترنت الذي يفرض هذه الصحف على ما يبدو الى وضع هذه الاخبار على الشبكة دون تمحيص تحقيقاً لمبدأ الفورية فتقع في خطأ التسرع وعدم الدقة.

وهو أمر لا يحصل في الصحافة التقليدية التي توفر للمحرر وقتاً كافياً لمراجعة الخبر وإعادة كتابته، وحتى في التلفزيون أو الاذاعة فهناك مواعيد ثابتة للنشرات الاخبارية وتقاليدها عمل تحد من مثل هذه الأخطاء.

4. عدم الدقة في ذكر أسماء المواقع والاماكن والوقائع احياناً
5. حجم الاعلانات في الصحف الالكترونية العربية قليل جداً ولا يدرب بالتالي موارد تتلاءم مع احتياجات هذه الصحف المالية لأغراض التشغيل والتقنيات واجور العاملين والكتاب وحجز المواقع على الإنترنت (وكما في المشكلة الاولى فهناك تناقص كبير في هذه المشكلة بعد ازدياد انتشار الانترنت بشكل ملحوظ وبالتالي ازدياد عدد القراء والمتابعين وعليه ازدياد في عدد الشركات المعلنه).

❖ مراحل تطور الاعلام الالكتروني والصحافة الالكترونية العربية:

مرت الصحافة الالكترونية العربية بمراحل تطورت من خلالها إلى الشكل الفني والمهني التي هي عليه الآن، وهذه المراحل هي:

(1) مرحلة النشر من خلال الأقراص المدمجة

وكانت أولى التجارب في إنتاج نصوص عربية كاملة وقد بدأته الصحف التالية:

- صحيفة الحياة، في 17 أكتوبر عام 1995 كان تاريخ إصدار الأول للصحيفة على قرص مدمج للأشهر الستة الأولى من نفس العام أطلق عليها اسم أرشيف الحياة الإلكترونية
- صحيفتي السفير والنهار اللبناييتين، في يوليو عام 1997.
- صحيفة الاهرام المصرية، فبراير 1998.
- صحيفة الشرق الأوسط، في 14 مايو 1998

(2) مرحلة إصدار النسخة الالكترونية:

تأخر ظهور الخدمات الصحفية العربية على شبكة الانترنت إلى نهاية التسعينات رغم إدراك الصحف العربية لأهمية الانترنت وضرورة تواجدها على الشبكة منذ انطلاق خدمات هذه الشبكة على المستوى العالمي عام 1990، ويقول

الدكتور عبد الأمير الفيصل "أن الصحافة المكتوبة هي الأكثر استفادة من بين وسائل الإعلام العربية من خدمات الإنترنت ، فقد مكنتها هذه الشبكة بصورة أو بأخرى من تخطي الموانع السياسية وأيضاً الإلتفاف على قوانين الإعلام التي أقل ما يقال بشأنها أنها زجرية ومقيدة للحريات في أكثر الأحيان وفي غالبية الأقطار العربية.

(3) مرحلة إصدار الصحيفة الإلكترونية:

يمكن الإشارة إلى محاولتين عربيتين لإنتاج صحيفة إلكترونية على الإنترنت بشكل مباشر، وهاتين المحاولتين كما يذكر الدكتور عماد بشير في "يناير 2000 حيث أطلقت من أبوظبي صحيفة الجريدة eljareeda.com، ثم في صام 2001 صحيفة إيلاف elaph.com، وإن هاتين الصحيفتين كانتا إلكترونيتين بالكامل دون نسخة ورقية وإن كانت هناك نشرات إخبارية News Letters تحمل أخباراً عن لبنان من وكالات الأنباء ظلت موجودة طوال سنوات الحرب اللبنانية. كما أنشأت على مستوى الصحف الورقية صحيفة "الشرق الأوسط" لنفسها موقعاً في 9 ديسمبر 1995، ثم تلتها صحيفة "الحياة" في الأول من يونيو عام 1996 فـ"السفير" في نهاية العام نفسه.

❖ مستقبل الصحافة الإلكترونية العربية:

يقول المختصون أن مستقبل الصحافة الإلكترونية العربية في تقدم مستمر وستشهد طفرات مبهره خلال الفترة المقبلة مما يساهم في نجاح التدفق العربي الإلكتروني في كسر احتكار الإعلام الغربي للمعلومات.

وأن العاملين في هذا النوع من الصحافة في حاجة إلى وضع علاقة تنظيمية بالمؤسسة الصحفية لبيان موقفها القانوني، والتحدي الأكبر أمام مهنة الصحافة الإلكترونية أنها غير معترف بها من قبل الدولة مما يجعلها في موقع لا محل له من الإعراب بالنسبة للقوانين والتشريعات بفقد الهوية القانونية داخل المؤسسات التي

يتعامل معها، كما تفقد الصحافة الإلكترونية هويتها أيضاً بسبب عدم وجود قانون وتشريع لها مما يعرضها لخلق موقعها الصحفي ومداهمته ومصادرة أجهزته أو حجب الموقع عن المتلقي.

ولكن يرى آخرون أن الصحافة الإلكترونية العربية تواجه جملة من التحديات من أهمها:

1. عدم وجود صحفيين مؤهلين لإدارة وتحرير الطبعات الإلكترونية بما يعنيه ذلك من معرفة تامة بتقنيات الكمبيوتر والإنترنت.

2. قلة ائبرامج الداعمة للغة العربية.

3. عدم وجود قاعدة مستخدمين واسعة.

4. ضعف التمويل.

5. الأمية الإلكترونية والمعلوماتية.

6. الصحافة الإلكترونية والاتصال الإلكتروني العربي يشهدان تحدياً على مواكبة التطور العالمي بالشكل الذي يجعلها تفرض نفسها كواقع محسوس في حياة المواطن العربي، ومع ذلك فإن جهات عربية عديدة تسعى من أجل تدارك هذا الوضع من خلال معالجة التحديات وتدارك الوضع، "فركزت دول عربية وخاصة دول الخليج العربي منها على توسيع قاعدة مقروئية الانترنت من قبل أفراد المجتمع وتوسيع قاعدة مقروئية هذا النوع من الإعلام.

مع تزايد الإقبال العالمي على استخدام الانترنت للوصول إلى تحقيق الغايات المعرفية والإعلامية أصبحت الانترنت في العالم العربي عالماً لا مجال للالتفات عنه أو عدم الاهتمام له أو تجاهله ولا تجاوزنا الواقع كمهنة وأصبحنا أمام واقع متخلف عن الركب العالمي الذي قد لا نجد بديلاً عن التعامل معه والاستفادة مما يمكن تطويره ليلائم احتياجات الصحافة والجمهور العربيين.

❖ العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني - تكامل أم تنافس:

- فظرة تاريخية لواقع الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني - في مصر نموذجاً -

كان ظهور الإعلام الإلكتروني المستقل لأول مرة مع بداية انتشار مواقع الانترنت التي تقدم خدمات البريد الإلكتروني المجانية، وهو ما سمح بظهور مجموعات البريد الإلكتروني، أول أشكال الإعلام الإلكتروني المستقل وكان بعض من هذه المجموعات يزيد عدد أعضائه عن الألف وفي أحياناً كثيرة عن العشرة آلاف، حيث كانت هذه المجموعات تضم ذوي الاهتمامات السياسية أو الثقافية المشتركة، ومن خلال النقاشات التي كانت تدور خلال هذه المجموعات البريدية نشأ نوع جديد من الإعلام شبه السري الذي يتجاوز خطابه الخطوط الحمراء المتعارف عليها سواء في السياسية أو الدين، وانتقلت المجموعات البريدية إلى المنتديات الإلكترونية لكن في كلا الحالتين سواء في المجموعات البريدية أو المنتديات كان هناك ما يعرف باسم "الأدمن" وعلى حسب ثقافة ومزاج هذا الأدمن كان يجري السيطرة على النقاشات في المنتديات والمجموعات البريدية لذلك فسقطت الحرية وإن بدا أعلى بمراحل من الصحافة الورقية لكنه في النهاية لا يزال سقفاً.

بالإضافة إلى أن المحتوى المنشور على المجموعات البريدية أو في المنتديات ليس محتوى مفتوح للجميع فيجب أن تكون مشتركاً في المجموعة البريدية أو المنتدى لكي تقرأ الرسائل وإذا بحثت من خلال أي محرك بحث فلن يدرج في نتائج الرسائل الإلكترونية أو المنتديات المعلقة.

في هذه المرحلة كان تناول الصحافة الورقية للإعلام الإلكتروني المستقل باعتباره أحد الصراعات المصرية الجديدة، وفي أكثر من جريدة أو مجلة كان هناك موضوعات صحفية من نوعية "شباب هام الضن يستخدم الانترنت ويحب مصر".

لكن مع بداية عام 2004 بدأت المدونات العربية في الظهور، وفي المدونات لم يكن هناك مكان للأدمن" مما قضى على فكرة السقف تماماً كما أن محتوى المدونات محتوى مفتوح وبالحديث عنه في أي محرك بحث سوف يظهر في الصفحات الأولى؛ وهو الأمر الذي منح المدونات قوتها وجعل منها نقلة مرحلية جديدة في مجال الإعلام الإلكتروني المستقل.

يعتبر مقال أمينة خيرى المنشورة بجريدة الحياة اللندنية، هو أول موضوع صحفي يتطرق لوضع المدونات العربية، وقد أثار ردود فعل واسعة في وسط المدونين العرب اللذين كانوا عدد قليل جداً في هذا الوقت، وكان من أهم نتائجه إلى جانب التعريف بفكرة المدونات أنه عرف المدونين على بعضهم البعض.

ومن خلال مقال أمينة خيرى وما لحقه من مقالات عن المدونات تعرف المدونون على بعضهم البعض، وبدأت تنشأ التكتلات السبيرية المختلفة، بداية بحلقة المدونات التي كانت مجرد صفحة إلكترونية تحتوى على لنكات للمدونات العربية، ثم الشامل في المدونات العربية وهو مدونة خصصت لوضع روابط للمدونات العربية، كما أن هذه المقالات صرحت مستخدمي الانترنت والمواطنين العاديين على ظاهرة المدونات وهو بالتأكيد ما كان له أثره متمثلاً في زيادة زوار هذه المدونات وبالتالي زيادة تأثيرها وزيادة عدد المدونين. وكان تناول المدونات لهذه المقالات تناولاً إيجابياً في معظم الوقت إلى أن ظهرت أعداد جريدة الدستور في إصدارها الثاني في 2005 وقد خصصت صفحة كاملة للمدونات أشرف عليها الصحفي إيهاب الزلاقي وفي البداية اعتبر معظم المدونين اهتمام صحفية مصرية بالمدونات ونشرها ظاهرة إيجابية تستحق الثناء لكن الهدنة وحالة السلام بين المدونات والصحافة لم تستمر طويلاً على ما يبدو وكانت البداية حينما نشرت الدستور تدوينة "للك مدينة" لسامية جاهين صاحبة مدونة محاولات سامية، فعلى ما يبدو نظراً لاعتبارات النشر الصحفي قامت الدستور بحذف وتعديل عدد من العبارات من قصة سامية، كما أن الدستور لم تستأذن سامية قبل نشر التدوينة، ولم تشر لاسم سامية ككاتبة

واكتفت الجريدة بوضع رابط إلكتروني للمدونة، وهو الأمر الذي رأت فيه سامية تعدى من الجريدة على حقوقها الفكرية.

تكررت أزمة سامية بصور مختلفة، أبرزها اكتشاف مدون أن هناك جريدة سرقت أكثر من تدوينه من عنده ونشرتها في صفحة كاملة دون الإشارة إلى اسمه، لكن في كل هذه الأزمات كان المدونون يخرجون منتصرين، فصفحة الدستور تم إيفائها بعد تزايد اعتراضات المدونين، ومعظم الجرائد اضطرت للاعتذار وإيقاف تعدياتها على المدونات، وكان سلاح المدونون في هذه المعركة هو الكشف والتشهير بالجريدة وبالصحفي.

بمرور الوقت لم تعد المدونات بالظاهرة الجديدة على الإعلام العربي، وتزايد أعدادها وأعداد متابعيها أمطى بعض المدونات تأثيراً يتجاوز عدداً من الصحف الورقية، وتغيرت العلاقة بين المدونات والصحافة التقليدية، فأصبحت المدونات تراقب أداء الصحف وبدأ المدونون يعترضون وينشرون تصحيحات لكثير من الأخبار والمواضيع التي تنشرها الصحف سواء كانت قومية، معارضة، أو مستقلة. لكن رغم ذلك ظلت الصحافة الورقية تسبق المدونات بخطوة، فالصحافة هي مصدر الأخبار التي قلقلها بعد ذلك المدونات أو تعلق عليها.

نشر هيثم صاحب مدونة "جار القمر" في 15 أبريل 2006 تدوينة بعنوان "أخ ثالث لنا" وهي بمثابة شهادة شخصية لهيثم عن أحداث الفتنة الطائفية التي وقعت في الإسكندرية المصرية في ذلك الوقت، تصادف أن هيثم يعيش في الإسكندرية قريباً من منطقة محرم بك التي شهدت أحداث الاشتباك بين المسيحيين والمسلمين، وجاءت تدوينة هيثم بمثابة سيق صحفي، فبينما اقتصرت أخبار الصحف على تصريحات السادة المسؤولين قدم هيثم رؤية لما حدث على الأرض وكانت هذه أول مرة يتفوق فيها الإعلام الإلكتروني المستقل على الصحافة الورقية في الوطن العربي حتى أن جريدة الدستور المصرية أعادت نشر التدوينة على صفحة كاملة وهذه المرة دون حذف أو تعديل.

هذه الحادثة كشفت عن أحد نقاط قوة الإعلام الإلكتروني التي لا تتوافر في الصحافة الورقية، فلا يمكن لأي جريدة مهما بلغ حجمها أن يكون لديها مراسلين في كل مدينة أو تجمع سكني، بينما الصحافة الإلكترونية لا تحتاج أكثر من جهاز كمبيوتر متصل بالانترنت.

التحول الثاني في الإعلام الإلكتروني المستقل: كان أيضاً من مصر مع أحداث التحرشات الجنسية في وسط البلد، والتي شهد عليها والى عباس صاحب مدونة الوعي المصري وتمكن من التقاط عدد من الصور غير الواضحة ومالك مصطفى صاحب مدونة مالككم إكس، والذي سجل شهادة واقية عما حدث، وتوالت بعد ذلك الشهادات على المدونات المختلفة، والملاحظ في رصد المدونات لهذه الأحداث التأكيد على جماعية عملية التحرشات وأنها ليست أحاديث فردية وهو بالطبع ما يتعارض بشدة مع الصورة النمطية للمجتمع المصري كمجتمع محافظ يتصف بالشهامة والشرف والكرامة.. إلخ وهي تلك الصورة النمطية التي يسعى الإعلام التقليدي سواء كان حكومياً أو قومياً أو خاصاً لترسيخها، لذلك فقد كان ما تقدمه المدونات من تسجيل للتحرشات الجهادية صادماً ومتجاوزاً لخطوط الإعلام التقليدي الحمراء وامتدت عدد من الصحف في البداية عن نشر أي خبر عن أحداث التحرشات إلى أن تزايد عدد المدونات التي نشرت ومكتبت عما حدث مدعمة معلوماتها بالصور والتسجيلات المرئية -الفيديوها- وأمام هذه الضغط نشرت الصحافة الورقية خبر ما حدث في وسط البلد نقلاً عن المدونات. ليسجل الإعلام الإلكتروني المستقل نقطة ثانية في صالحه، فلا يوجد خطوط حمراء في الإعلام الإلكتروني يجب التوقف أمامها مثل ما يحدث في الصحافة الورقية أو الإعلام التقليدي.

لم يقتصر تعامل المدونات مع حوادث التحرش على مجرد التسجيل والرصد، بل أطلق المدونون حملة بعنوان "كلنا يلي" لفضح التحرش الجنسي، قامت فكرتها على أن يقوم المدونون الإناء بتسجيل شهادتهم عن حوادث التحرشات الجنسية اللواتي تعرضن لها، وقد أثارت تلك الحملة جدلاً واسعاً، وساهمت في

إخراج حوادث التحرش الجنسي لدائرة الضوء بالإضافة طبعاً إلى المساهمة ولو بجزء ضئيل في تغيير وجهة النظر إلى ضحايا التحرش الجنسي التي كانت تفترض أن الضحايا الإناث هم المجرمون لأنهن السبب في إثارة الذكور.

الضربة الثانية للمدونات كانت مع ما عرفه بكليات التعذيب وأبرزها كان كليب عماد الكبير، فقد أخرجت المدونات هذه الكليات من دائرة التبادل عبر الهواتف المحمولة ككليات طريفة إلى الميدان الواسع الأنترنت بحيث أصبحت متاحة للجميع؛ لكن الأهم هو كيف غيرت المدونات طريقة ووجهة نظر المشاهدين لهذه الكليات.

فقد كان يتم مشاهدتها في البداية باعتبارها كليات طريفة تندرج تحت بند برامج الكاميرا الخفية، ومواقف ومثرائف، لكن مع المدونات بدأ النظر لهذه الكليات باعتباره توثيق لجرائم ترتكب في حق المواطنين المصريين من قبل أجهزة أمنية، وهو الأمر الذي بدأ في لفت أنظار الرأي العام لتتحول كليات التعذيب إلى قضية تشغل اهتمام الرأي العام وبالتالي بدأت الصحافة في الاهتمام بها ومعها المنظمات الحقوقية. وهكذا لم تساهم المدونات في كشف كليات التعذيب فقط بل أيضاً في تغيير وجهة النظر إلى هذه الكليات من خلال التأثير على الرأي العام.

الآن أصبحت المدونات واحدة من المصادر التي يعتمد عليها في العمل الصحفي، وتقريباً أصبح من الصعب أن نجد جريدة أو مجلة لا تحتوى على خبر أو موضوع من نوع "اتحاد جديد للمدونين" أو "حملة على المدونات ضد زيادة رسوم الكهرباء" ... إلخ

هذه الشبقة الإعلامية اتجاه كل ما يخص المدونات له جوانبه الإيجابية والسلبية:

- من الناحية الإيجابية تساهم هذه الدعاية في جذب عدد أكبر للمدونات.

- من الناحية السلبية فلأسف تقع الكثير من الصحف الورقية في أخطاء جسيمة حينما تعالج الموضوعات ذات الصلة بالمدونات بعضها مقصود وبعضها غير مقصود.

وكانت أبرز هذه الأخطاء ما قدمته صحيفة المستور في الصفحة التي خصصتها للمدونات وأشرف عليها الصحفي والمدون عبد المنعم محمود صاحب مدونة "أنا إخوان".

ففي محاولة لتفادي المشاكل التي سببتها تجربة إيهاب الزلاقي، قامت صفحة عبد المنعم محمود على الاستعانة بمحررين، على أن تركز موضوعات الصفحة على أبرز الظواهر في عالم المدونات من حملات ومدونات جديدة لكن على ما يبدو لعب الانتماء السياسي والإيديولوجيا لعبد المنعم دوراً مؤثراً في توجيهات الصفحة حيث ركزت غالبية الوقت على المدونات الإخوانية، وكان التقرير الصحفي الأزمة الذي نشره شاكر هودة في أغسطس 2007 بعنوان "المسيحيون يسدون" وهو عبارة عن عرض لمجموعة من المدونات التي تصادف أن أصحابها يحملون الديانة المسيحية في خانة الديانة في بطاقة هويتهم وحفلت المقالة بعدد من المغالطات والأوصاف على أصحاب المدونات، ثم بعد ذلك نشر نفس الصحفي تقرير عن مدونة ع القهوة لصاحبها سقراطية بعنوان "سقراطية مدونة مصرية مسيحية - واضح طبعاً" ووصف فيها صاحب المدونة بأنها متطرفة نسبياً الأمر طبعاً أثار موجة من التدوينات الساخرة على معالجة الدستور للمدونات وتقصيمها لمسيحيين ومسلمين.

- حالة وائل عباس:

وائل عباس واحد من الأسماء الهامة في مجال الإعلام الإلكتروني المستقل. بدأ وائل نشاطها من خلال مجموعات البريد الإلكترونية على موقع ياهو. وكانت المجموعة التي يشرف عليها من أكثر المجموعات عدداً وأنشطتها خصوصاً على مستوى النشاط السياسي بشكل بدا معه وكان المجموعة نواة لحزب سياسي ما،

لكن هذا الأمر لم يكن طموح وائل بالرغم من أن المجموعة نظمت عدداً من الفعاليات والأنشطة ذات الطابع السياسي خصوصاً أيام توقيع اتفاقية الكوين ثم انشأ بعد ذلك وائل مدونته/مجلته "الوعي المصري"، ومع التعليقات الدستورية وما تلاها من انتخابات رئاسية وصاحبها من حراك سياسي برز دور وائل حيث كان تقريباً في بعض المظاهرات الصحفي المصور الوحيد الذي يحضر كل الفعاليات ويقوم بتوثيقها من خلال عدسة كاميرته، وهو الأمر الذي أدى ببعض الصحف إلى سرقة هذه الصور ونشرها دون الإشارة لمصدرها، وبالتالي لجأ وائل بعض ذلك إلى ختم كل صوره بعلامة مائية باسم مدونته الوعي المصري.

كان لوائل السبق بعد ذلك في نشر صور التحرشات الجنسية في وسط البلد، وكليات التعذيب المختلفة. وقد كان نشاط وائل على الانترنت هو الباب الذي دخل منه إلى عالم الصحافة الورقية حيث عمل في أكثر من صحيفة مصرية وأجنبية، لكن تجربته مع الصحافة لم تستمر لفترة طويلة، وكان يغادر كل عمل صحفي بعد فترة حيث كان السبب الذي يقوله وائل أن هناك ضغوط تمت ممارستها على المؤسسات الصحفية التي عمل بها.

لكن مع هذا لا تزال مدونة/مجلة الوعي المصري لوائل عباس من أنشط المدونات في مجال الإعلام الإلكتروني المستقل وأكثرها استفزازاً وربما يكون أهم ما يميزها بالإضافة إلى جانبها التوثيقي لغة وائل نفسها وأرائه التي يخلطها بالمعلومات التي يقدمها. وهو بهذا يؤكد أحد نقاط الاختلاف بين الإعلام الإلكتروني المستقل والصحافة التقليدية وهي عدم الحيادية أو الموضوعية، فالمدونة بالأساس هي مساحة للتعبير عن الأفكار الذاتية لكاتبها.

❖ استنتاجات وملاحظات حول طبيعة العلاقة بين الإعلام الإلكتروني المستقل والصحافة التقليدية:

بعد هذا العرض الموجز لتاريخ العلاقة بين الإعلام الإلكتروني المستقل والصحافة التقليدية، تبقى بعض الملاحظات والاستنتاجات التي ربما قد تصل بنا

إلى إجابة حول طبيعة هذه العلاقة هل هي علاقة تنافس أم تكامل ويمكن حصر هذه الملاحظات في النقاط التالية:

- إذا كانت الصحافة هي السلطة الرابعة فمن الطبيعي أن تحتاج هذه السلطة إلى رقابة ما وهذه الرقابة لا تكون بالتمنع أو الحبس بالتأكيد. حيث أن الرأي لا يواجهه سوى الرأي الآخر، وعلى هذا فإن أهم أدوار الإعلام الإلكتروني المستقل هو ممارسة الرقابة على الإعلام التقليدي سواء كان ذلك بالنقد أو الإهانة وهو الدور الذي تقوم بها الكثير من المدونات.
- لا يمكن مطالبة الإعلام الإلكتروني المستقل بالالتزام بمعايير الإعلام التقليدي من حيادية وموضوعية، فقوة الإعلام الإلكتروني المستقل في الأساس تنبع من تنوعه ومن تعبيره عن رؤية الأفراد للحدث الواحد والقارئ في النهاية هو الحكم، كما أن تغطية نفس الحدث من أكثر من جهة أو مدونة - كما ظهر مثلاً في حوادث الفتنة الطائفية - يعطى زوايا وأبعاد أخرى مختلفة للموضوع مما يرسم صورة إجمالية للحدث أو الموضوع.
- يجب المحافظة على مساحة الحرية المطلقة التي يتمتع بها الإعلام الإلكتروني المستقل، حيث تلعب هذه المساحة دوراً هاماً في تكملة عمل الصحافة التقليدية، فالأخبار والمعلومات التي لا يمكن نشرها في الصحافة الورقية أو الإعلام التقليدي يتم نشرها من خلال المدونات والإعلام الإلكتروني المستقل.
- يظل الجانب القانوني في علاقة الصحافة الورقية بالإعلام الإلكتروني المستقل من الجوانب الغامضة التي تحتاج إلى بحث خصوصاً على صعيد حقوق الملكية الفكرية، فهل نشر صحيفة لصور التقطها مدون يعتبر تعدي على حقوق ملكيته الفكرية وهل من حق المدون في هذه الحالة المطالبة بتعويض مادي من الصحيفة، طبعاً هذا إلى جانب نشر تدوينات كاملة دون استئذان المدون.

• رغم أهمية الإعلام الإلكتروني أو ما يعرف باسم الصحافة الشعبية، فلا يمكن لها أن تلغي الدور الذي تلعبه الصحافة الورقية أو الإعلام التقليدي ..
والصحيح ببساطة أنه لا يمكن تفرد واحد - مدون - أن يقوم بالدور الذي تلعبه مؤسسة صحفية كاملة من تغطية جميع الأحداث بشكل يومي أو أسبوعي،
كما أن النقطة الأقوى للمدونات التي تجعلها متقدمة على الصحافة الورقية ليس في أسبقيتها في نشر الخبر، بل في معالجتها للأحداث بطريقة مبتكرة وبلغة حية تخلو من برودة الأسلوب الحيادي.

❖ نقاط التوافق والتنافر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني،

اختلفت آراء الخبراء والمحللون حول العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني من حيث التوافق والتنافر وتأثير كل منهما على الآخر وسوف نعرض لبعض هذه الآراء بشكل موجز:

• يرى الدكتور سامي زهران استاذ الإعلام المساعد بجامعة القصيم أن الإعلام الإلكتروني هو إعلام ديناميكي تفاعلي يجمع بين النص والصوت والصورة. وحدد أبرز خصائص هذا الإعلام الجديد مشيراً إلى أن أبرز خواصه هي

1. التفاعل بين المصدر والمتلقي فهو يتيح فرصة التعليق والنقد.
2. تحويل المتلقي إلى ناشر يستطيع أن ينشر ما يريد.
3. إعلام متعدد الوسائط حيث يستعين بالصورة والكلمة ومقاطع الفيديو في الوقت نفسه.
4. اندماجه مع مخرجات الإعلام التقليدي واستيعابه لها.
5. سهولة الاستخدام فهو متاح للجميع وفي متناول أيديهم عبر أجهزة الحاسوب الشخصية أو أجهزة الجوال التي في أيديهم.

وتحدث سامي زهران عن علاقة الإعلام الجديد بالإعلام التقليدي، ورأى بأن هناك مواجهة تشاري بين أنصار الطرفين، فبعض المتحمسين للإعلام التقليدي

← واقع الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي

يرفضون بشدة الإعلام الجديد وبعض المتحمسين للإعلام الجديد يتنبؤون بزوال بعض أشكال الإعلام التقليدي كالصحف الورقية مثلاً.

وخلص إلى أن العلاقة بين الإعلاميين الجديد والتقليدي علاقة تكاملية، وليست علاقة تصادم أو إقصاء. وذكر بأن كل إعلام ظهر لم يبلغ ما قبله، فالتلفاز عندما ظهر لم يبلغ الإذاعة أو الصحافة، بل بقي لكل خصوصياته ومعجبه ومحبوه. وذكر المحاضر الفروق بين الإعلام الجديد والتقليدي مركزا على قضية الحرية الفردية التي تعدّ الفرق الجوهرى بين هذين الشكلين من الإعلام. فكل شخص صير وسائل الإعلام الجديد صار رئيس تحرير ومدير قناة يضع ما يريد

وأكد المحاضر على أن المحتوى الجيد للإعلام الإلكتروني أفضل من المحتوى الجيد للإعلام التقليدي، ولكن المحتوى السيئ للإعلام الإلكتروني أيضاً أسوأ من المحتوى السيئ للإعلام التقليدي.

وختم الدكتور بالحديث عن مساوئ الإعلام الجديد، والتي تتمثل في عدم تمحيص المواد المنشورة، وعدم الثقة بالإخبار والمواد الموجودة. وقال أن أهم تحديين يواجههما الإعلام الجديد هما جودة المحتوى والتكنولوجيا التي يمكن بها عرض هذا المحتوى.

• فيما ترى آلاء زومان بأننا أمام رهانات تغيير حقيقية، فالإعلام الإلكتروني القى بظلاله وأثاره على الإعلام التقليدي، إذ أسهم كونه دائماً على لامركزية المعلومات وانتشاره بين الناس في إحداث تغير كبير داخل عناصر العملية الاتصالية، وزاد من حرية التعبير لدى الأفراد ومشاركتهم في صنع الحدث الإعلامي من خلال التغطية المباشرة للأحداث أو من خلال الرأي في إدلائهم بالتعليقات حول ما يرونه ويعايشونه كشكل من أشكال التغيير في الرسالة من حيث المضمون المقدم ومقارنته لاهوم الناس وتطلعاتهم.

وأشارت زومان لانتشار المضمون المختصر المقدم من خلال "التدوين المصغر؛ تويتر أو فيسبوك ويوتيوب". لجأ القارئون على الاتصال في المؤسسات الإعلامية التقليدية الراغبة في دخول سياق الإعلام الجديد إلى متابعة احتياجات الجمهور ورفع سقف حرية التعبير واختزال رسائلها الإعلامية أو نشر مختصراتها، لضمان أكبر قدر من المتابعين والمتفاعلين نظراً لتغير طبيعة الجمهور.

وفي المجمل فقد أسهم الإعلام الجديد في صنع كثير من التغيرات للإعلام التقليدي التي كانت نتاجاً وافراراً للمشكلات التي واجهته مع دخول التقنية، ومنها على سبيل المثال: تفتت الجماهير بين الوسائل، فتنامي المنافذ الإعلامية أدى إلى توزع الجمهور المنتظر للمعلومة بين الصحف الإلكترونية ومواقع الشبكات الاجتماعية وخدمات الهاتف النقال من جهة أخرى، وهو ما يمكن التعبير عنه بانكماش حجم الجمهور نتيجة لتفتته، الأمر الذي دها كثيراً من المؤسسات الإعلامية إلى الاستعانة بخطة 360 درجة - أي الصورة الكاملة - بحيث تقوم المؤسسة الإعلامية على الانتشار والوجود من خلال كل ما هو ممكن ومتاح من وسائل وآليات للوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور، فصارت الصحيفة الورقية - مثلاً - توجد ورقياً وإلكترونياً بتحديث دائم على مدار الساعة وتتصل بقرائها ومتابعيها عبر الشبكات الاجتماعية وتسعى للاستفادة من الوسائط المتعددة، من خلال عرض كثير من التفاصيل بالصورة والفيديو وتوجد أيضاً عن طريق رسائل الجوال وما إلى ذلك، وهي إحدى الخطط الناجحة والجادة من الوسائل التقليدية للوصول إلى الجيل الشبكي - جمهور المستخدمين - عبر إمراك خصائصهم وخريطة الاتصال الخاصة بهم والمفضلة لديهم.

إذاً: هل تُنهي الشبكات الاجتماعية عصر الإعلام التقليدي؟ اعتقد أن الجواب مختلف بحسب الوسيلة، لكن بشكل عام، إضافة إلى حالة الاندماج بين التقليدي والجديد التي حافظت على جزء كبير من جمهور الوسائل التقليدية إلا أنه قد تشهد بعض الوسائل التقليدية تراجعاً في أعداد المستخدمين لوادها بطريقة تقليدية (ورقياً/عن طريق التلفزيون)، نظراً للإقبال على الوسائط الإلكترونية، (لا

أن التراجع لن يلغي أهمية ورصانة الوسائل الإعلامية التقليدية المتخصصة، فالواقع يشهد أن كثيرا من المستخدمين لا يزالون يعتمدون على وسائل الإعلام التقليدي كمصدر أساس لنيل المعلومات، فهم لا يطمنون إلا بمتابعة الأخبار من الجهات الإعلامية التقليدية، وقد جاءت الدراسة الحديثة التي قام بها مركز بيو للأبحاث متوافقة مع هذا الرأي إذ لم يتجاوز عدد من يحصلون على الأخبار من الشبكات الاجتماعية في المائة فقط من أصل ثلاثة آلاف مستخدم للإنترنت شملتهم الدراسة، وبحسب الدراسة التي تمت على 200 طالب جامعي ضمن عينة عشوائية في مدينة الرياض في مطلع 2012، حول مدى الرضا عن الشبكات الاجتماعية، أبدى الأكثرية بما معدله 81.5 في المائة رضاهم بشكل كبير عن (سرعة) الشبكات الاجتماعية في نقل الخبر والمعلومة بينما لم يتجاوز رضاهم عن (مصداقية) الشبكات الاجتماعية في نقل المعلومة والخبر 21 في المائة؛ ولعل الفارق بين النسبتين يدل بشكل واضح على أن الإنترنت والتقنية وحدها لا تكفي لصناعة إعلامية رصينة.

وختمت زومان مقالها بعلامة تعجب قائلة: قد تنمو وسيلة ما إثر ربيع الإنترنت. وقد تتغير ملامح الثانية أو تختفي... هالبقاء لمن يفهم لغة الجيل الشبكي!

بينما يرى فريق المختصين والخبراء أن الإعلام الإلكتروني بوضعه الحالي يتصف بعدة صفات تميزه عن الإعلام التقليدي منها أنه إعلام مفتوح يعتمد على التكنولوجيا الحديثة بما يخفض من تكاليفه ويوسع من دائرة مستخدميهِ، وتخطى حدود الدول، ويسر تعدد الثقافات والتوجهات بين أطراف العملية الاتصالية، كما أنه يتميز بتنوع وشمول المحتوى، وحرية تداول المعلومات، وتوسيع دائرة التنافس الإعلامي.

ويعتمد الإعلام الإلكتروني على الخدمات التفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي، وزاد من دور القطاع الخاص في مجال العمل الإعلامي.

ويواجه الإعلام الإلكتروني بعض الإشكاليات في انتشاره منها على سبيل المثال لا الحصر:

- صعوبة الوثوق والتحقق من المحتوى من صحة وصلقية البيانات والمعلومات التي تحويها بعض المواقع في ظل الحاجة إلى تعزيز التواصل للمقدرات الثقافية والتعليمية للمتلقي.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والمعتقدات والموروثات الثقافية للمجتمعات.
- ضعف السيطرة على نشر العنف والتطرف والجنس والإرهاب.
- عدم التوازن بين حجم ونوعية الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها في ما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.
- تفتيت دائرة القلقي، والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.
- انتهاك النشر والملكية الفكرية وحرية الإبداع.
- ارتكاب الجرائم الإلكترونية وانتشارها بصورة واسعة باستخدام التقنية الحديثة.
- صعوبة الحفاظ على أمن الوثائق والمعلومات في ظل تطور وسائل التقنية في اختراق المواقع والخصوصية للمحتوى في الإعلام الإلكتروني، ويعتبر انتشار الجرائم الإلكترونية ونشر الأفكار السلبية والإرهاب من أهم عيوب الإعلام الإلكتروني، وقد واجهت المنظمات والهيئات الأكاديمية وتناولته في عدة بحوث ومؤتمرات وناقشت مفهوم الحرية الإعلامية وأمن المعلومات وسبل تدعيم الثقة بين الأجهزة الأمنية والإعلامية العربية.

• أما أحمد عاشور فيرى أنه ثريما يكون مخطئ اليوم مكل من يظن بإمكانية التضيق التام بين الإعلام التقليدي كالمصاحفة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون من جهة، والإعلام الإلكتروني المتمثل في وسائل التواصل الاجتماعية، أو ما تسمى بوسائل الإعلام التفاعلية.

نقاط التداخل الاختلاف في كل من الإعلام الرقمي والإعلام التقليدي:

في ما يلي بعض من أهم نقاط التداخل والاختلاف بين وسائل الاعلام التقليدية الالكترونية حسب رأي الباحث:

1. الإعلام الجديد هو إعلام حر، خال من القيود والرقابة، على عكس الإعلام التقليدي، حيث بإمكان الجميع نشر أفكارهم، والتعبير عن آرائهم بحرية مطلقة.
2. أصبح الإعلام التقليدي في وقتنا الحالي، يعتمد بدرجة أكبر على الإعلام الجديد، لصعوبة الوصول إلى أماكن الحدث، ونقاط التوتر حول العالم، حيث أنه أكثر أماناً لرجال الإعلام، وخير مثال ثورات الربيع العربي.
3. ظهر نوع جديد من الإعلاميين، يمكن تسميتهم "بالإعلاميين الجدد"، وهم مستخدمو وسائل التواصل الاجتماعية الذين أثبتوا استحقاقهم لهذا المنصب، عن طريق تغطيتهم لجزئيات الأحداث حول العالم وبسرعة، رغم ما يشوب هذه التغطية من نقائص، يمكن أن تتحسن في القريب العاجل مع العمل المتواصل.
4. يشهد الإعلام الإلكتروني نشاطاً اقتصادياً غير مسبوق، ومطفرة نوعية مع ازدياد الطلب والحاجة إلى مواده الإخبارية.
5. يشهد سوق الإعلام اليوم سباقاً محموماً بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد، المنافس رقم واحد للإعلام التقليدي، من خلال السبق الإخباري، حيث تشير الإحصائيات إلى تفوق هذا الأخير.
6. يوفر الإعلام التقليدي أرضية خصبة للإعلام الجديد، عن طريق التسويق، فلولا الدعم والتشجيع الذي حظي به الإعلام الجديد من طرف الإعلام التقليدي، لما ظهر هذا الأخير إلى العلن.
7. ساهمت المطفرة النوعية في أعداد مستخدمي الإنترنت، أو المتصفحين اليوميين، في توفير أرضية صلبة للإعلام الجديد.

8. يبقى الإعلام الجديد بحاجة إلى التطوير والتحديث، من خلال تحسين المضمون، والبحث عن طرق أفضل للتسويق. ويبقى التكامل بين النوعين، الخيار الأمثل للنجاح في عالم ينقسم إلى افتراضي وواقعي.

ومن هذا المنطلق يرى الباحث أن التوافق والتناغم بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني تنحصر في بعض النقاط المهمة كما يلي:

1. إن الإعلام الإلكتروني هو امتداد وتطور طبيعي للإعلام التقليدي، حيث أن المواقع الإعلامية الإلكترونية بدأت منذ عدة عقود، عندما بدأت الصحف الأمريكية في بث مواقعها الإلكترونية في الثمانينات من القرن الماضي وبدأت الخدمات التفاعلية مثل (نيويورك تايمز، يو إس توداي) وغيرها من الصحف الأوسع انتشاراً.

2. العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني علاقة تكاملية يعتمد فيها كل منهما على الآخر حيث أن صناعة الأخبار والمعلومات تبدأ من قنوات الإعلام التقليدي ولكن يختلف كل منهما في شكل تداول الأخبار والمعلومات. 3. تعد سرعة انتشار الأخبار والمعلومات عبر الإعلام الإلكتروني أسرع في التداول اعتماداً على شبكة الإنترنت والأسرع انتشاراً نظراً لتخطي حاجز الحدود الزمنية والمكانية بالنسبة للإعلام الإلكتروني.

4. أصبحت معظم وسائل الإعلام التقليدية (الصحف، والتلفزيون، والإذاعة) تعتمد بشكل أساسي على مواقعها الإلكترونية في مواكبة السرعة والانتشار والتفاعلية مع المجتمع.

5. يجب التفريق العلمي بين الإعلام الإلكتروني وقنوات التواصل الاجتماعي فكلاهما له أدواته ومميزاته عن الآخر فصناعة الإعلام لها مدخلات ويعتمد على تنظيم مؤسسي بينما قنوات التواصل الاجتماعي فهي قنوات لا تخضع لأي ضوابط أو تنظيم (Blogs, you tube, Twitter, Facebook) مثل يدعم الثقة في استقاء أخبارها ومعلوماتها المتداولة ويجعلها عرضة لبعض السلبيات الضمنية.

6. الإعلام التقليدي مر بمراحل تطور مستمرة ومرونة تسمح بإسكانية تفاعله مع الجمهور ليكون من ضمن منظومة الإعلام الجديد، ولكن لا يمكن تطوير قنوات التواصل الاجتماعية لتصبح أكثر تنظيماً وضبطاً بحيث تكون منظومة إعلامية متكاملة.
7. عدم خضوع الإعلام الإلكتروني لضوابط يعطيه الميزة التي يفتقدها الإعلام التقليدي وهي حرية التعبير، والمشاركة الفعالة في صنع الأخبار والأحداث وتداول المعلومات، وهو ما أحدث فرقاً شاسعاً، في أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الإعلام التقليدي حتى وإن كانت إلكترونية.
8. هياً الإعلام الإلكتروني الفرصة للجمهور للمشاركة لأشخاص ثم يكن لهم دور في الإعلام التقليدي، وأظهر أنهم يمتلكون القدرة الكبيرة على خوض التجربة الإعلامية، بمعزل عن الضغوطات الروتينية التي تتصف بها وسائل الإعلام التقليدية.
9. مبدأ التكلفة هو هدف اقتصادي لا يمكن أخفاله، فالإعلام الإلكتروني يتيح لملايين الناس المشاركة المجانية للتعامل مع بيئة إلكترونية وفضاء واسع على عكس الإعلام التقليدي.
10. في عالمنا العربي ينبغي أن ندرك أن هناك عوامل أخرى تعطي السبق في قنوات الاتصال الاجتماعي والإعلام الإلكتروني، فإن الرقابة دائماً ما تكون سبباً مقنعاً لتناقص الجمهور مع وسائل الإعلام التقليدية.
11. اتاحت وسائل الإعلام الإلكترونية خلق مزيج من الثقافات أحياناً يكون سلبياً، ولكنه يفرض نفسه على واقع الإعلام التقليدي.
12. تتميز وسائل الإعلام الإلكترونية عن التقليدية بالطبيعة الديناميكية للمحتوى أي علاقتها التفاعلية مع المتلقي وتشير الإحصاءات إلى أرقام فلكية لا تقارن بين أعداد مستخدمي قنوات التواصل الاجتماعي، وقنوات الإعلام التقليدية.

❖ آراء بعض الكتاب والإعلاميين في الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني؛

أجرت المجلة العربية استقصاء لآراء بعض الكتاب والإعلاميين الذي أقيمت لهم استخدام قنوات الإعلام التقليدي والإعلام الجديد لمعرفة وجهات نظرهم في مدى التوافق والتناغم بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، حيث تناول هذه الدراسة بتصرف كما يلي:

• الدكتور عبدالله الغدامي (ناقد ومفكر سعودي)؛

تطرق الغدامي إلى ما أطلق عليها الشفاهية الجديد الإعلام الجديد وقال إنها "تمثل تنويعاً في تعامل الإنسان مع اللغة، وتفتح ككل الأفاق بلا قيود من أي نوع، ويظل البشر يخترعون وسائل من بعد وسائل من أجل كسر حدود التواصل وفتح مجالات الممارسة اللغوية".

وأشار الغدامي إلى تأثير الثورة والصيغ الثقافية الجديدة التي "تتيح فرصاً خيالية للناس لكي يمارسوا أنواعاً متجددة من الوسائل المعرفية... مع ما فيها من حرية مطلقة وسرعة في الاستقبال والاحضار للوقت والجهد وتوفير للمال... كما أنها قيم تفاعلية حية وإيجابية.. تعيد للإنسان موروثة الأنثروبولوجي القديم في المشافهة ولغة الجسد التفاعلية".

ويتفق الكتاب جميعاً أن ثمة تغيرات بين الوسائط التقليدية الورقية وبين وسائط التواصل الإلكتروني الحديثة في نوعية القراء وفي الأسلوب الذي ينتهجه الكتاب للتواصل الفوري مع القراء في فيس بوك أو تويتر أو حتى في مدونته الخاصة، في طول المقال وقصره، والأدوات المساعدة التي لم تكن تتوافر سابقاً كالتعبير بالصورة أو مقطع مصاحب أو المشاركة بمقطع من يوتيوب أو صورة عامة تعكس تصوراً أو رسالة يريد الكتاب توصيلها وتلمس ردود الفعل تجاهها.

• تركي الحمد:

يعد تركي الحمد من المفردين النشطين إذ يتابعه على تويتر نحو 95 ألف متابع، وتتجاوز تغريداته ثلاثة آلاف.. كما أنه يولي صفحته على تويتر اهتماماً من خلال الرد والنقاش والمتابعة حول موضوعات مختلفة يفتلب عليهما الهم الاجتماعي والسياسي.

يتحدث الحمد عن تجربته الكتابية قديماً وحديثاً من ناحية الوقت فيقول: "في الماضي، وفي سنوات الكتابة الأولى، كنت لا أعرف أكتب إلا في ساعات الليل، وخصوصاً ساعات الليل المتأخرة، أو الهزيع الأخير من الليل كما يقولون، ففي ساعات الليل الأخيرة تشعر بأنك وحدك في هذا الكون، حيث هدوء وسكينة يوحيان لك بأمور كثيرة، سواء ما تعلق منها بنتاج العقل أو نتاج الروح، وكأن رفيقي في تلك الأيام قلم حبر أسود لم تكن الأفكار تخرج إلا من خلاله وبه، بحيث لم يكن من الممكن التعبير عن مكنونات العقل والروح إلا من خلاله، لم يكن من الممكن أن أفكر وأن أكتب في تلك الأيام دون أن يكون القلم هو الوسيلة، والحبر الأسود هو الذي يرسم ويجسد الأفكار واقعا على الورق، بل وحتى الورق لم يكن أي ورق، إذ لا بد أن يكون من نوع معين والا فإن الكتابة تتمثر.

كل ذلك تغير بعد ذلك، فلم يعد القلم، أو رفيقي الروح كما كنت أسميه، هو وسيلة الكتابة إذ أنني نسيت منذ زمن بعيد بعد أن حل الكمبيوتر محله، ولم يعد اللون الأسود هو لون الأفكار بعد تجسدها حرفاً، بعد أن حلت شاشة الكمبيوتر محل الورق الأبيض المسطر. ومن ناحية الوقت، أصبحت أكتب متى ما راودتني الفكرة، وليس من الضروري أن يكون ذلك في الهزيع الأخير من الليل. لم يعد لدي اليوم وقت معين للقراءة أو الكتابة، فمتى شعرت بفكرة معينة أسرعت إلى الكتابة، ومتى أحسست بالرغبة في القراءة، هرعت إلى الكتاب، تتساوى في ذلك ساعات الليل والنهار، وإن أصبحت ساعات الصباح الأولى هي المفضلة لدي.

وحول ما تغير من ناحية أسلوبه الكتابي يبين الدكتور تركي الحمد: كان الاسترسال في التعبير عن الفكرة أو الخاطرة هو الأسلوب الأكثر اتباعاً بالنسبة لي وتكثرين غيري، كما أن البحث عن الكلمة الجميلة كان أحياناً أكثر أهمية من طلمة قد لا تكون جميلة ولكنها معبرة أكثر عن الفكرة. كانت الكتابة بالنسبة لي عبارة عن فعل رومانسي، أو حالة عشق مع الحرف والورق، إن صح التعبير.

ويضيف الدكتور الحمد حول اختلاف جمهور القراء عنه في السابق: "العمق الفكري متوفر في كلتا الوسيطتين، الفرق يمكن في الأسلوب. في الوسائل التقليدية الورقية، كان الاسترسال والبحث عن الجمال في العبارة، بالإضافة إلى مضمونها الفكري، هو الأسلوب الذي يفرض نفسه، بالنسبة لي على الأقل، أما في وسائط الاتصال الإلكتروني فإن الهدف هو إيصال الفكرة بأقل قدر من الكلمات بصورة مباشرة، دون أن يكون لجمال العبارة الاعتبار الأول، وإن بقي الجمال مطلوب في كل حال، ولكنه ليس المحدد الأول للتعبير. وبالنسبة لي، العبارة الورقية أكثر إثراء موضوعياً، ولكن العبارة الإلكترونية أكثر تحفيزاً على المشاركة.

هناك نوع من التكامل بالنسبة لي بين هذين الأسلوبين، وإن الجيل الجديد يجد نفسه في الإلكترونيات أكثر من الورقيات. والكتابة الورقية، وخاصة الكتاب، أصق أثراً في المدى البعيد، إذ أنها أكثر قدرة على الصمود لوقت طويل، أما الكتابة الإلكترونية أكثر أثراً في المدى الآني والمباشر، ولواني لا أرى تناقضاً بين القديم والجديد في هذا المجال، فالإلكتروني يتحول إلى ورقي في النهاية، فإن كانت الفكرة صميقة فإنها تصمد وتبقى في النهاية. المهم هنا هو قيمة الفكرة وليس كيفية التعبير عنها".

وعن الوسيلة الأقرب إلى نفس الروائي والمفكر الدكتور تركي الحمد يقول: "كما قلت سابقاً، القلم كان سحراً بالنسبة لي، أما اليوم التفاعل المباشر مع الآخرين عبر الوسائط الحديثة أصبح أكثر سحراً وجاذبية، ربما بسبب إيقاع

العصر، أو متعة التواصل المباشر والسريع مع متابعيك، وهو ما لم يكن متوافرا أيام القلم والورق والصحيفة الورقية. "وبضيف"، لا شك أننا أمام عصر جديد لم تعد فيه الرسالة الموجهة من الأعلى إلى الأسفل هي المهيمنة، ولم تعد الوصاية الفكرية والنخبوية الثقافية هي الأساس، بل نحن اليوم في عصر ما يمكن أن نسميه ديموقراطية التواصل، حيث أصبح الجميع مرسلين ومتلقين في ذات الوقت".

- عشق الورق وسرعة الكمبيوتر:

وفي مقارنة بين الوسائل التقليدية ووسائل التواصل الحديثة لا ينكر يوسف المحيبيد الميزات الكبيرة للوسائل الحديثة، لكنه لم يخف حنيننا ما يجذبه للتقديم، بقوله: "حينما أتذكر الرسائل الورقية، وأنا في العشرين، مع الصديق الراحل إبراهيم أصلان، ومع محمد بنيس، أضع يدي تحت أكتف، لا أعرف لماذا، لأن الورق يحمل رائحة الإنسان، بصماته، خطوطه الخاصة التي تميزه عن غيره، ولكن رغم كل هذه المزايا، تبقى وسائل الاتصال الحديثة أسرع وأكثر عملية، من الطرق البدائية، فقد كنت أكتب نصي القصصي، وانتظر نشره في الصحيفة الورقية لأسابيع، وقد لا أحصل على ردود أفعال القراء مطلقا، إلا بالمصادفة، بينما الآن قرأتني معي في تويتر يقرؤون ما أكتب مباشرة، ويكتبون انطباعاتهم فورا، وهذا الأمر عظيم ومؤثر، إيجابياته كبيرة، ولكن من سلبياته أنه قد يأخذ وقت الكاتب، ويقلل من تركيزه على نصه الأدبي، ما لم يكن الكاتب حذرا وواعيا".

- أنا من جيل محفوظ:

وبضيف المحيبيد: "أعتقد أنني من جيل محفوظ، تنرب على القراءة بشكلها الورقي القديم، تعلم الكتابة على الورق، التصحيح وتمزيق الصفحات، ثم النقل على الآلة الكاتبة اليدوية، ثم أخيرا أصبح جزءا من العالم الرقمي، فمنذ روايتي فخاخ الراححة المكتوبة عام 2002 م، وأنا أكتب مباشرة على جهاز الكمبيوتر، ففي البداية كنت أشعر أنني سأفقد حميمية الورق والحبر الأسود، لكنني اكتشفت حميمية جديدة على لوح المفاتيح - الكمبيوتر - إلى الحد الذي أكتب أحيانا

الملاحظات العاجلة والقصيرة في ظلام الغرفة، وكانها حساسية أصابعي العمياء المدربة قد أصبحت تهتدي بسهولة إلى طريق الحروف.

• الكاتبة الدكتور ثريا العريض (أبيرة سعودية):

جمعت العريض بين الشعر والثقافة والفكر، وتشارك العريض بصورة جادة في الصحافة العربية والإعلام العربي في الخارج، ولها زوايا صحفية عدة.

وحين لمطالع تفاصيل الدكتور ثريا مع وسائل التواصل الحديثة نجد لها صفحة معجبين في الفيسبوك يتبعها أكثر من 3400، وعدد التابعين في موقع تويتر نحو ثلاثة آلاف متابع وأكثر من ألفي تغريدة.

وحول عاداتها الكتابية تقول دكتور ثريا العريض إنها بدأت بالقلم والورق ثم تحولت إلى استخدام الكمبيوتر، وأن الكتابة لا تستغرق معها وقتاً طويلاً بغض النظر أين أكتب. وتضيف: "أطول وقت هو ما احتاجه لاختيار فكرة الموضوع".

وتبين: "مع استسهال التصحيح والتغيير صرت أسرع أقل تدقيقاً في ما أكتب لأن تغييره لا يعني إعادة كتابة الصفحة كلها.. وأحياناً أترك أفكار بصورة رؤوس أقلام لتكون نواة لمقالة أعود إليها لاحقاً لأكمل تناول".

حول العمق الفكري لشريحة القراء واختلافه من السابق تقول الكاتبة: "هناك تفاوت في مستوى الاستيعاب واتساع الفكر والثقافة بين القراء بأية وسيلة سواء في الصحيفة أو في النشر الإلكتروني".

ومن الوسيلة الأكثر إثراء للكاتب في رجع الصدى لما يكتبه تبين الدكتور ثريا العريض: "قبل عشرين عاماً كانت تجيئني تعليقات مثيرة فعلاً في صورة رسائل مكتوبة بخط اليد مليئة بالتأمل والتفاعل العميق والموضوعي، ومحفزة على إضافة المزيد. الآن في عصر السرعة التعليقات في النشر الإلكتروني لا تحفز لأن معظمها يكتفي بالإعجاب".

• متعتان مختلفتان

وحول الوسيلة الأكثر وصولاً للمستهدف خصوصاً في المقالات والكتابات ذات المنحى الإصلاحي كانت نقد جهاز حكومي أو خدمة معينة؛ تبين الكتابة أنه "سواء كانت الوسيلة إلكترونية أم صحافة تقليدية فكلاهما محقق للهدف من الكتابة، متى ما كان تناول واضحاً والموقف موضوعياً متزناً. "مضيفاً، أعلم أن بين متابعي مقالاتي بعض كبار المسؤولين تهمهم آرائي ومقترحاتي.

وفيما إذا كانت الكتابة العريض تفضل وسيلة تواصل عن أخرى تبين، "أنا أشارك بكل الوسائل، ومع هذا فالتواصل عبر شبكة فيه حرية أكثر من حيث عدم الارتباط بمواعيد محددة، وربما أغلب من يكتبون في الصحف يشجعكم على المواصلة أن للكتابة مردود مادي ليس موجوداً في الكتابة في موضوع ذاتي". موضحة من ناحية الوسيلة التي تراها أكثر متعة عند الكتابة " (الصحافة والإنترنت) متعتان مختلفتان، مع العلم أنني أفتح الجهاز في الحالتين، إذ لم أجد استخدام القلم في الكتابة". لكنها تبين أن الصحافة "التزام جاد يسدني الشعور بأنني قدمت فيه مساهمة في البناء. أما الثانية (الإنترنت) فهي خيار فردي يسمح لي بالإبداع على راحتني".

• الكاتب المسرحي عباس الحايك

يكتب الحايك الشعر والقصة القصيرة والسيناريو ويعتني بالنقد المسرحي؛ يكتب مقالات ونصوص إبداعية في عدد كبير من الصحف السعودية والعربية. يقول عن تغير العادات الكتابية بين المطبوعة الورقية والكتابة الإلكترونية؛ "كنت هذه النواحي لم يتغير شيء، فالكتابة هي ذاتها لم تتغير وإن تغيرت الوسيلة، فالتحضير لمقال أو نص مسرحي هي نفسها في الكتابة الإلكترونية والكتابة الورقية. ربما غاب القلم، ولكن حضور الكمبيوتر عوض عم هذا الغياب. صحيح أن القلم له ميزة المرونة؛ فأنت تكتب متى شئت وأين شئت، على عكس الكمبيوتر فإن به ظروفه الخاصة حتى من ناحية وضعية الجلوس. ولا أظن أن الوسيلة قادرة على تغيير

← واقع الإعلام الإلكتروني وتأثيره على الإعلام التقليدي

تحمل أي ملمح للتحويل الفكري أو المضمون المتهجي الذي يمكن أن يعول عليه في صياغة الفكر والمعرفة الناجزة".

ويضيف الشمري: "تظل هذه التقنيات مجرد وسائل حولت نظام الكتابة بالقلم والورق إلى لوحة مفاتيح وبرامج وقنوات إلكترونية تسهم في تواصله مع العالم بشكل أقوى منذ قبل.. فيما المبدع الحقيقي يظل في حالة صراع وتوهج وقبل الكتابة وأثنائها وبعدها.. وما يحمد للتجربة الإلكترونية أنها سهلت المهمة وجعلت من اليسير تقديم ذاتك كتابيا وابداعيا بشكل ميسر لكنها لم تخلق أي نمط تحولي أو نشاط تطويري يركن إليه في مفهوم (قبل أو بعد) في تحولات التجربة المعرفية بوجه عام. وكما أسلفت لا يمكن أن أجزم بأن هناك أي تغيير في الأسلوب فالكتابة واحدة والتعاطي مع القنوات الجديدة إضافة نوعية عند جيل الخضرة على وجه الخصوص.. وأنظر إلى وسائل التقنية بوصفها إضافة وليست انسلاخا كما يتصور البعض من عهد إلى آخر، أروجا من تجربة قوية إلى أخرى أقوى أو أقل، فالنشر الورقي من الكتاب إلى المجلة إلى الجريدة حتما ستكون هذه الوسائل إضافات نوعية تسهم في تطوير العمل وتقديمه إلى القارئ بشكل عصري يكفل زحزحة هذه النظرة التدميرية التي تسعى إلى إيقاف عجلة النشر التقليدي والتهويل من أخطار افتراضية محتملة للتجربة الكتابية والطباعية وبمفهومها الحالي. ومعارض الكتاب في كل الدول لا تزال تزخر بالنشر الورقي رغم الحديث المتواصل منذ أصوام من غياب أو تلاشي النشر الورقي (لا فلم يغيب الورقي إنما ظل حاضرا ومتميزا".

ويضيف الشمري حول مقاربة لتفضيلاته بين القلم ولوحة المفاتيح: "بالنسبة للكتاب لا يمكن أن أحدد من الأقرب أو الأحب لأن العملية تظل تحولا شكليا يمكن أن أجعله إضافة لوسائل الطرح والتلقي حيث تستطيع ككاتب أن تنجز رؤيتك أو فكرتك أو مشروعك بسبل شكلية ميسرة". وعن التغير في أشكال التواصل الثقالي أو أطراف الرسالة الثقافية من متلق ومرسل ينوه الشمري إلى أنه من أقوى التحليلات التي تواجه العمل المعرفي أو الخطاب الاجتماعي.

• فوزية الجار الله (مكاتبة وقاصة)

تصف فوزية توجهها بتعبير مفاير حين تقول: "تألفت مؤخرًا مع وسائل التواصل الاجتماعي (الفيسبوك والتويتر)، حتى أصبحت كنتفا أريح رأسي عليه كلما شعرت بالتعب".

وتضيف: "لا شك أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت اليوم من أهم ما يستغرق أحاديث الناس سواء حولها أو من خلالها، وربما لدي حالة خاصة تختلف عن أي مكاتب أو مكاتبة، فقد بدأت التعامل مع الفيس بوك خلال فترة انقطاعي عن الكتابة الدورية عبر الصحافة وانشغالي بدراساتي إلى الدرجة التي بدأت أشعر فيها بالانعزال الثقلي ناهيك عن بعض المشاعر الانسحابية أحيانًا بسبب التوقف عن الكتابة، لذا لأدين بالفضل الكبير لفيس بوك الذي بدأت فيه لإعادتي إلى عالم الكتابة والتواصل مع الآخرين".

• حيوية التواصل.. وجدولة الوقت

وتبين الكاتبة فوزية الجار الله: "يتميز الفيس بوك بحيويته وقدرته على التواصل اليومي فيه مع الآخرين، وكأنما هو مطبوعتك الإلكترونية الخاصة تقدم فيها ما تشاء بالطريقة والاسلوب اللذين تريدهما، بمعنى أنك تتمتع بمساحة من الحرية فيه بدرجة أكبر بكثير من الصحافة المعتادة. هذا هو الجانب الإيجابي، لكن مع استمرار التعامل اليومي ينبغي الانتباه لأمر ما خاصة حين تكون مكاتبًا مبدعًا أمامك هدف ورسالة لا بد لك من تنظيم وقتك وجدولة أعمالك والتزاماتك، هذا إذا علمنا بأن الكتابة تحتاج إلى تركيز وترتيب للأفكار، وتتطلب شيئًا من الهدوء والعزلة مع الذات لأجل كتابة أفضل، ولعل الجميع يدرك أيضًا بأن القصة والرواية تستلزمان وقتًا وعزلة أطول لأجل صقل الكتابة والحصول على إبداع أفضل".

• **ليلى الأحيدب (كاتبة سعودية)**

تقول الأحيدب: "لنتفق أولاً أن العمق الفكري سمة شخصية لا يمكن وصف فئة بها وفقاً لطريقتها في التواصل مع الكاتب، العمق والتسطح موجودان في كل الفئات بغض النظر عن وسيلة التواصل. لكن لا يخفى على كل متماس مع هذه التقنية الإلكترونية أنها تفاعلية وريود المتواصلين مع الكتاب ثريه حتى من أولئك السطحين الذي يمرون ويتفاعلون مع ما يكتب".

وعما إذا كان هناك تباين من وسيلة إلى أخرى في إيصال الرسالة الثقافية تقول ليلى: "إذا كنا نتحدث عن إحداث تغيير أو إقناع بفكرة ما فتلك مسألة أكثر تعقيداً من مجرد المفاضلة بين التفريده في تويتر أو مقال منشور في جريدة ورقية، إحداث التغيير مسألة كبرى، لكنني أرى أن وسائل التواصل الإلكترونية تحقق الانتشار والانتشار وسيلة من وسائل إيصال الفكرة. لكن السؤال: هل يساهم انتشار فكرة ما على إحداث تغيير؟ هذا بحاجة إلى تحليل أعمق".

• **قلمي لوحة المفاتيح**

ومن الأقرب إلى نفس الكتابة بين وسائل التواصل المختلفة تبين ليلى الأحيدب: "أنا لم أمد أمسك قلمي لأكتب قلمي هو لوحة المفاتيح في جهازي المحمول، والحمد لله للكاتب الآن أكثر من وسيلة للتواصل مع كافة الشرائح، فالمجال متاح له ليكتب مقالاً في جريدة يقرأها الذين لا يزالون يفضلون قراءة الجريدة ورقياً، ويتاح له نشر مقالته نفسه في مجال وسائل التواصل، ويحصل على ريود الأفعال مباشرة من أولئك الذين يفضلون القراءة عبر الإنترنت".

• **زينب الخضير:**

وحول محاور قضيتنا تقول زينب الخضير: "الكاتبة هي الكاتبة لا نستطيع أن نجزلها أو نغيرها لمجد الانتقال من الوسيلة الورقية إلى وسيلة الإلكترونية، فقط قناة الاتصال تغيرت من ثابتة إلى متحركة متسارعة، وهي لا

شك قضية كبيرة في وسيلة التواصل مع القارئ، وهذا فعلا يختصر الوقت لمعرفة رأي القراء فيما يطرحه الكاتب والتفاعل بشكل مباشر بعيدا عن الوسطاء، أيضا لا يلزم الكاتب بوقت معين من أجل أن يطرح أفكاره أو نصوصه فلهذه حرية في اختيار لتوقيت طرح مواضيعه، إلا إن كان ملتزما مقدما مع مؤسسة معينة، ولكنه لا يختصر الوقت في عملية التحضير لكتابة موضوع ما، فهذه تعتمد على الكاتب وطقوسه في الكتابة".

وتضيف زينب: "الوسيلة الالكترونية أعطت سقفا عاليا من الحرية والمساحة، ولكن لابد للكاتب من أن يتقن المهارات الأساسية في الإعلام الكلاسيكي (التقليدي)، فالأدوات لا تختلف ولكن الوسيلة هي المختلفة. الذي تغير هو الأفكار المطروحة، فالإعلام الالكتروني لا يخضع لشروط معينة تملئها المؤسسة الإعلامية الرسمية، كما هو معروف في الإعلام الكلاسيكي، لذلك بات طرح مواضيع اجتماعية وحقوقية هو السائد في الإعلام الالكتروني، وهذا يعتبر ثورة في توجه الكتاب وغيرهم من المهتمين. وحرية الكتابة للكاتب الالكتروني ترتبط بشخصيته وبشكل الحرية التي يرسمها وفق تصوره، فكل شخص يكتب عبر وسائل إلكترونية يعتبر بمثابة مؤسسة إعلامية صغيرة تقدم أفكارا وأخبارا مستقلة".

أما عن طبيعة العمق الفكري في المطروح بين الوسائل التقليدية والوسائل الحديثة فتبين زينب الخضير: "العمق الفكري لا نستطيع الحكم عليه وتعميمه لمجرد تغير وسيلة التواصل، فالقراء من مختلف شرائح المجتمع فيهم العميق والسطحي، المنفتح والإقصائي، أيضا لا نهمل فكرة أن بعض يكتب كثيرا ولكن لا يقول شيئا".

ودور الكاتب هو الاستمتاع بالاختلاف والاستفادة منه لا الحكم على الآخرين ومدى هذاهتهم أو عمقهم.

والكاتب النصي يستفيد من كل شيء حوله لتطوير أدواته الكتابية وأطروحاته الفكرية، فالقارئ هو شريان يغذي الكاتب".

المصادر والمراجع

أولاً: الكتب العربية

1. أ.د. عبدالرزاق الدليمي، الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية، دار الثقافة، عمان، 2011.
2. د. فيصل أبو عيشه، الإعلام الإلكتروني، دار أسامة، عمان، 2010.
3. أ.د. محمد علم الدين، مقدمة في الصحافة، سلسلة الدار العربية، القاهرة 2009.
4. د. ماجد تريان، الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية" الدار المصرية، 2008.
5. محمد عبدالحميد، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، عالم الكتب، القاهرة، 2007.
6. د. حسين شفيق، الإعلام الإلكتروني بين التفاعلية والرقمية، رحمه برس، القاهرة، 2007.
7. د. محمد نصر مهنّا، الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، مركز الإسكندرية للكتاب، 2007.
8. د. شريف درويش، الصحافة الإلكترونية دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.
9. أقبیق، طریف اسماعیل، 1996م، شبكة إنترنت: طريق المعلومات الشاملة لبشرية جمعاء. دمشق، دار الإيمان.
10. أقبیق، طریف اسماعیل ومحمود حسن، 1998، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثیر، الطبعة الأولى، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع. القاهرة.
11. أحمد، محمد الأمين موسى، 2005، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني العربي، كلية المعلومات والإعلام والعلاقات العامة، جامعة عجمان للعلوم والتكنولوجيا، الإمارات العربية المتحدة.

12. أبو العطا، مجدي محمد، 2000، المرجع الأساسي لاستخدامي الإنترنت، الطبعة الأولى، المكتبة العربية لعلوم الحاسب، القاهرة.
13. إندرداهل، برايان، ترجمة محمود عثمان، الإنترنت، 2001، دار الفاروق للنشر والتوزيع، القاهرة.
14. أحمد، حسن، 2006، الكمبيوتر.. ابتكارات مستمرة، مكتبة الأفق، لبنان.
15. أبو اصبح، صالح خليل، 1995، الاتصال والاعلام في المجتمعات المعاصرة، عمان، دار آرام للطباعة والنشر.
16. أبو غزالة، تيسير، 2000، الإعلام العربي - تحديات الحاضر والمستقبل - دار مجدلاوي، عمان.
17. اسماعيل، محمود حسن، 1998، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، مكتبة الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة.
18. البخاري، محمد وصابر فالحوط، 1999، العولمة والتبادل الإعلامي الدولي، دمشق، دار علماء الدين.
19. بخيت، السيد، 2004، الأنترنت وسيلة اتصال جديدة الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية دار الكتاب الجامعي - الإمارات العربية المتحدة، العين.
20. بخيت، السيد، 2000، الصحافة والإنترنت دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة.
21. بدن، أحمد، 2002، الاعلام الدولي: دراسات في الاتصال والنداهية الدولية، مطبعة مديولي، القاهرة.
22. بسيوني، عبد الحميد، 2004، الوسائل المتعددة، دار النشر للجامعات، القاهرة.
23. حجاب، محمد منير، 2005، الحرب النفسية، جامعة جنوب الوادي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
24. الجابري، علي، 2006، تقنيات الخبر في الفضائيات العربية (فضائية أبو ظبي نموذجاً)، عمون للدراسات والنشر، عمان.

25. الجاسم، محمد، 2005، الإعلام العربي في عصر المعلومات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية، أبو ظبي.
26. خليل، محمود، 2004، مستقبل الصحافة الإلكترونية، مكتبة مدبولي، القاهرة.
27. الخطيب، عبد الله، 2005، الصحافة الإلكترونية، المعايير والضوابط، المكتبة الحديثة، القاهرة.
28. جرار، فاروق أنيس، 2001، الرسالة والصورة، قضايا معاصرة في الإعلام، دار الثقافة، عمان.
29. الخازن، جهاد، 2005، الإعلام على الطريقة الأميركية، المكتبة الحديثة، بيروت.
30. جلفان، أحمد، 2005، تعزيز الإعلام العربي عبر الإنترنت، مكتبة صفاء، الإمارات العربية المتحدة، أبو ظبي.
31. الدخاني، عبد الملوك، ريسان، 2003، الوظيفة الإعلامية لشبكة الإنترنت، دار الفجر، القاهرة.
32. روكيش، ساندرا وملفين ديفلين، 1999، نظريات وسائل الإعلام، ترجمة كمال عبد الرؤوف، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة.
33. دوفور، أرنود، 1998، الإنترنت، ترجمة منى ملحم ونيال ادلي، الدار العربية للعلوم، بيروت.
34. الرميح، رميح بن محمد، 2002، هل ينجح الويب؟ مدينة الملك عبد العزيز للعلوم والتكنولوجيا، جدة.
35. ربيع، عبد الجواد سعيد، 2006، إدارة المؤسسات الصحفية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
36. السلوم، عثمان إبراهيم، 2002، تصميم الصفحات العربية على الإنترنت، دار عالم الكتب، الرياض.
37. سيد غنور، محمد جلال، 1999، استخدام التدريسيين للإنترنت، دراسة تحليلية للاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، مطبعة جامعة القاهرة، القاهرة.

38. الشهري، فايز عبد الله، 2003، التحديات الأمنية المصاحبة لوسائل الاتصال الجديدة، دار الحكمة، دبي.
39. شاهين، بهاء، 1996، شبكة الإنترنت كمبيوساينس، القاهرة.
40. سمو، علي محمد، 1998، التكنولوجيا الحديثة والاتصال الدولي والانترنت، الشركة السعودية للأبحاث والنشر، جدة.
41. الصابوني، عبد الرحيم، 1996، تنمية المهارات المهنية الهندسية عبر الشبكة الحاسوبية (الانترنت) دار الحاسوب، دمشق.
42. صادق، عباس مصطفى، 2003، صحافة الانترنت وقواعد النشر الالكتروني، الظفرة للطباعة - ابو ظبي.
43. عبد الله، فايز، 2002، ماذا بعد عصر الانترنت، المكتبة العالمية، بيروت.
44. العربي، عثمان محمد، 2002، الانترنت: الانتشار والاستخدام، دار المجد، تونس.
45. علي، أجقو، 2005، الصحافة الالكترونية العربية: الواقع والآفاق، دار الكتاب الجزائري. الجزائر.
46. العبد، عاطف هادي، 1991، التبادل الاخباري التلفزيوني العربي، دار الفكر القاهرة.
47. فيصل، عبد الامين، 2004، الصحافة الالكترونية في الوطن العربي. جامعة بغداد.
48. مكاتب، سعود صالح، 2003، الاعلام القديم والاعلام الجديد، مكتبة الشروق، جدة.
49. اللبان، شريف درويش، 2001، تكنولوجيا النشر الصحفي: الاتجاهات الحديثة، الدار المصرية اللبنانية للنشر، القاهرة.
50. ليتش، سكارول، 1999، كتابة الاخبار والتقارير الصحفية: عرض شامل لفنون الصحافة المتخصصة - منهج تطبيقي - ترجمة: د. عبد الستار جواد - مكتبة الجاحظ، عمان.
51. موسى، عصام، 2004، المدخل في الاتصال الجماهيري، المكتبة الحديثة، بيروت.

52. محمود، محمد السيد، 2005، صيانة المحتوى المعلوماتي. تجربة موقع الجزيرة نت. جامعة الشارقة. كلية الاتصال. الامارات
53. ميلر، فيليب، 2005، كتاب الصحافة الزائلة، الولايات المتحدة.
54. مكاي، حسن عماد، 1993، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة.
55. نصر، حسني محمد، 2003، الانترنت والإعلام - الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع: الكويت.
56. نصر، حسني محمد، وسناء عبد الرحمن، 2004، الإعلام والتكنولوجيا الحديثة، دار الكتاب الجامعي - الامارات العربية المتحدة - العين.
57. محمود، محمد السيد، 2000، الألفية الثالثة. عصر المنجزات من ثورة غوتنبيرغ إلى غزو الانترنت، دار الصياد انترنشيونال، بيروت.
58. مجموعة من المؤلفين. إشراف فرانك مرميه ترجمة فردريك معتوق، 2004، الفضاء العربي (الفضائيات والانترنت والإعلان والنشر)، دار القلم، بيروت.
59. الهاشمي، مجد، 2001، الاعلام الدولي والصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج. عمان.

ثانياً: البحوث والدراسات والأوراق العلمية:

1. إسماعيل، دانيا، 2004، تطورات وحدود الأخبار المباشرة على الإنترنت في العالم العربي، دراسة ماجستير، كلية جولد سميث، لندن.
2. العبد الله، مي، 2005، تجربة الصحافة اللبنانية المكتوبة. نموذج جريدة النهار. مؤتمر صحافة الانترنت، الواقع والتحديات. جامعة الشارقة.
3. السيد سعيد، محمد، 2006، الإعلام العربي في عصر المعلومات (الاتجاهات والقوى الجديدة في فضاء الإعلام العربي)، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية.. أبو ظبي.
4. أحمد، نسمة، 1971، الموسوعة الثقافية، دار فرانكلين، القاهرة.

5. ادلبي، نبال، 1996، قرص متراس متعدد الطبقات. - مجلة المعلوماتية، الرياض. ع 47
6. السيد بخيت، محمد، 2002، استخدام الأنترنت كوسيلة تعليمية في مجال الصحافة، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثامن، القاهرة.
7. بشير، عماد، 21/ابريل 2001، الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، ندوة مجلة العربي (الكويت)، الثقافة العربية وآفاق النشر الإلكتروني.
8. بشير، عماد، 26/7/2005، تعزيز المحتوى الرقمي العربي على الأنترنت، مجلة المعلوماتية، الرياض
9. حنش، إدهام محمد، مايس 2005، مجلة الأنترنت الثقافية (الزرقاء) النموذج، مجلة الزرقاء، العراق، الموصل.
10. حداد، سعيد، أغسطس 1999، الأنترنت صحافة القرن القادم، المجلة العربية، العدد 267، السنة 34 ص 67.
11. السيد محمود، محمود، 22-23 نوفمبر 2005، صيانة المحتوى المعلوماتي - تجربة موقع الجزيرة نت. مؤتمر صحافة الأنترنت. جامعة الشارقة
12. شريف، أسامة محمود، 2000، مستقبل الصحافة المطبوعة والصحيفة الإلكترونية، من بحوث الندوة العلمية للمؤتمر العام التاسع لاتحاد الصحفيين العرب - عمان - تشرين أول عام.
13. الشفعة خلدون، تشرين الثاني 1978، الماكرومانية، الفكر العربي (مجلة تصدر عن معهد الأثناء العربي، بيروت)، السنة الأولى، العدد السادس.
14. صادق، عباس مصطفى، 22-24 نوفمبر 2005، التطبيقات التقليدية والمستحدثة للصحافة العربية في الأنترنت ورقة مقدمة إلى مؤتمر صحافة الأنترنت في العالم العربي الواقع والتحديات. جامعة الشارقة.
15. علم الدين، محمود، يناير 2005، ورقة علمية، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام. القاهرة.
16. عارفه محمد، 1997، تأثير تكنولوجيا الفضاء والكومبيوتر على أجهزة الإعلام العربية - مركز الإمارات للدراسات والبحوث الاستراتيجية - أبو ظبي -

17. عبد الهادي، احمد، 2004، الصحافة الالكترونية والورقية. ندوة نقابة الصحفيين المصريين.
18. عباس، بشار، 1996، دليل الأنترنت. مجلة المعلوماتية. ع 46.
19. عيسى، بهاء، نوفمبر 1999، شاهد التلفزيون عبر الأنترنت، مجلة أنترنت العالم العربي.
20. فيصل، عبد الأمير، 22 نوفمبر 2005، الصحافة الالكترونية.. مقارنة أولية. مؤتمر صحافة الأنترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات. جامعة الشارقة. كلية الإتصال
21. فهمي، نجوى عبد السلام، أكتوبر-ديسمبر 2001، التفاعلية في المواقع الإخبارية العربية على شبكة الإنترنت، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، المجلد الثاني، العدد الرابع.
22. مكي، لقاء، 2005، صحافة الإنترنت في ضوء المسؤولية الاجتماعية لوسائل الإعلام، مؤتمر صحافة الأنترنت في الوطن العربي: الواقع والتحديات، جامعة الشارقة، كلية الإتصال.
23. مكاوي، حسن صمد، 2005، الفضائيات العربية ومستغيرات العصر، المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.
24. محي الدين، حسانة، 2001، الإنترنت في المكتبات ومراكز المعلومات: الأماكن، الفوائد والتحديات. مجلة العربية 3000، العدد 3.
25. الصحافة العربية اليومية في العصر الرقمي، 21/أبريل 2001، ندوة مجلة العربي (الكويت). الثقافة العربية وآفاق النشر الالكتروني
26. نشرة ندوة القاهرة، (10-11 أبريل 2007) الإنترنت وحقوق الإنسان. تجربة إطلاق موقع العربية نت، القاهرة.

ثالثاً: المقالات:

1. صحيفة الاتحاد، الإمارات العربية المتحدة، أبوظبي، العدد 1469، 29 نوفمبر 2006.
2. صحيفة البيان، الإمارات العربية المتحدة، مركز المعلومات والدراسات، الصحافة الخليجية على الإنترنت، مؤسسة البيان، العدد 12، 2043/8/2000.

رابعاً: المراجع الأجنبية:

1. Alexander, A. (2004) Disruptive Technology: Iraq and the Internet in Miller, D (ed.) Tell Me Lies: Propaganda and media Distortion in the Attack on Iraq. Pluto Press. P 132
2. A. Alsheheri, Fayedz Abdulla: Electronic Newspaper On The Internet: A
3. Brody, Douglas A. 2001 Saudi Arabias International Media Strategy: Influence through Multinational
4. Boynton, R. S. (2000), NEW MEDIA may be old media s Savior, Columbia Journalism Review, p.32
5. Brody, Douglas A. (1999) Broadcasting in the Arab World; Asurvey of the electronic media in the middle East. Iowa State University Press
6. Castells, M. (2001) The Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society. Oxford University Press. p 193
7. Eveland Jr., W. and Marton, K and Seo, M. (2004) Moving Beyond "Just the Fact": The Influence of Online News on the Content and Structure of Public Affairs Knowledge. Communication Research, 31(1):82-108.
8. Gillmor, Dan (2004) We the media. Grassroots Journalism by the people, for the people, O Reilly Media, U.S.A
9. Glossary Of Graphic Desing And Web Page Design Terms. Illinois, U.S.A

18. <http://www.alex.com>
19. جواهر معلومات الشرق الاوسط التجارية (موقع معلومات الكتروني)
20. <http://informatics.gov.sa/magazine/>
21. <http://www.iawmag.co.as/>

الأسس وأفاق المستقبل الإعلام الإلكتروني



دار الإقتصاد العلمي للنشر والتوزيع

الأردن - عمان - مرج الحمام - شارع الكنيسة - مقابل كلية القدس
هاتف 0096265713906 فاكس 0096265713907

www.dar-aleasar.com